

SABIEDRĪBAS IESAISTĪŠANA

KONSULTĀCIJU METODES



Pols Grīnings

**SABIEDRĪBAS
IESAISTĪŠANA**

KONSULTĀCIJU METODES

2004

**Izdevums tapis ar Pasaules bankas un
Britu Padomes finansiālu atbalstu**

Pasaules Bankas Latvijas birojs

Smilšu iela 8, Rīga, LV-1162, tālr. 7220744

www.worldbank.org.lv

British Council

Blaumaņa iela 5a-2, Rīga, LV-1011, tālr.: 7281730, 7285631

www.britishcouncil.lv

Konsultants *Tirgus un sociālo pētījumu centra*
„Latvijas Fakti” direktors Aigars Freimanis

Tulkotāji: Jānis Veckrācis un Aiga Švalkovska

Redaktore Lilija Kampāne

Maksliniece Kristīne Rozenberga

Maketētājs Dzintars Biele

Iespiests tipogrāfijā SIA „S&G”

Atbildīgā par izdevumu Ilze Greiškālņa

© Valsts kanceleja, 2004

Brīvības bulvāris 36, Rīga, LV-1520, tālr. 7082800

www.mk.gov.lv

Priekšvārds

Viena no Valsts kancelejas prioritātēm jau vairāku gadu garumā ir sabiedrībai pieejamās informācijas kvalitātes uzlabošana un sabiedrības iesaistes nodrošināšana. Arvien lielāku vērību valsts pārvaldes darbinieki velta konsultācijām ar sabiedrību un reālai sabiedrības līdzdalībai lēmumu pieņemšanas un jaunu tiesību aktu sagatavošanas procesā.

Līdz ar pilsoniskās sabiedrības aktivitāti un līdzatbildību pieaug nevalstisko organizāciju darba efektivitāte, aktivitāte un atbildība, palielinās nevalstisko organizāciju līdzdalība lēmumprojektu apspriešanas procesā. Valsts kanceleja ir nodrošinājusi ne tikai iespēju nevalstisko organizāciju pārstāvim piedalīties Valsts sekretāru sanāksmes darbā, bet arī nevalstiskajām organizācijām izteikt iebildumus par jebkuru pieteiktā tiesību akta projektu jebkurā dokumenta izskatīšanas posmā.

Centrālās valsts pārvaldes institūcijas – ministrijas – sistemātiski strādā, lai ikvienam iedzīvotājam būtu iespēja saņemt informāciju. Šobrīd vispilnīgākā informācija ir atrodamā ministriju mājas lapās internetā. Arī Ministru kabineta mājas lapa sniedz visu informāciju par Ministru kabinetā iesniegtajiem un pieņemtajiem dokumentiem jau no dokumenta sagatavošanas pirmsākumiem.

Kopš 2001.gada Valsts kanceleja kopā ar nevalstiskā sektora, valsts pārvaldes un ārvalstu sadarbības partneriem ir īstenojusi virkni projektu, kuru mērķis ir uzlabot sabiedrības informēšanu un informācijas pieejamību, kā arī uzsākt konsultācijas ar sabiedriskajām organizācijām politikas veidošanas procesā. Arī Jūsu rīcībā nonākusī grāmata ir tapusi pēc Valsts kancelejas iniciatīvas, apzinoties nepieciešamību dažādot līdz šim izmantotās konsultatīvās metodes un piedāvāt izvēlēties attiecīgiem mērķiem piemērotākās metodes. Grāmata tapusi ar Pasaules bankas un Britu Padomes finansiālu atbalstu. Vēlos pateikties grāmatas autoram Polam Grīningam – ekspertam no Lielbritānijas – par ieguldījumu grāmatas tapšanā, kā arī dalīšanos savā pieredzē. Ar konsultāciju piemēriem no Latvijas prakses grāmatu papildināja Valsts kancelejas Komunikācijas departamenta darbinieki. Ceru, ka metožu apskats būs noderīgs ne tikai valsts pārvaldes darbiniekiem.



Valsts kancelejas direktore
Gunta Veismane

SATURS

I. METODISKI NORĀDĪJUMI SABIEDRĪBAS INFORMĒŠANAI PAR JAUNĀM POLITIKAS IZSTRĀDNĒM	7
1. Ievads	9
2. Kas ir sabiedrības iesaistīšana?.....	10
3. Sabiedrības iesaistīšanas ieguvumi.....	11
4. Kā izlemt par konsultēšanās nepieciešamību	11
5. Laika izvēle sabiedrības iesaistīšanai	13
6. Mērķgrupu noteikšana	15
7. Metožu atlase	16
8. Resursu aprēķini.....	17
9. Ieinteresēto pušu atbilžu analīze.....	18
10. Atgriezeniskās saites nodrošināšana	19
11. Novērtējums.....	20
1. pielikums. Metožu skaidrojums	23
2. pielikums. E-līdzdalības metožu kopsavilkums	30
3. pielikums. Metodisko norādījumu pārbaudes veidlapa.....	31
4. pielikums. Praktisku piemēru analīze, izmantojot Apvienotās Karalistes, starptautisko un Latvijas pieredzi	35
II. DIALOGA VEIDOŠANA AR IEDZĪVOTĀJIEM UN NVO LATVIJĀ	43
12. Ievads	44
13. Mērķgrupas	44
14. Sabiedriskās novērtēšanas grupa	46
15. Sabiedriskās apspriedes grupa	47
16. Konsultatīvās aptaujas.....	48
17. Publiskās sanāksmes.....	49
18. Atklātās dienas un izstādes (publisko sanāksmju alternatīva).....	50
19. Lietotāju diskusijgrupas	51
20. Problēmas diskusijgrupas	53
21. Iesaistošās plānošanas modelis	53
22. Konsensa konference	54
23. Iekšējs pārskats	54
24. Apaļā galda semināri	56
25. Nākotnes pētījumi	58
26. Vadītie redzējumveidošanas pasākumi.....	59
27. Atvērtā telpa.....	60
Lietotie termini	63

I

METODISKI NORĀDĪJUMI SABIEDRĪBAS INFORMĒŠANAI PAR JAUNĀM POLITIKAS IZSTRĀDNĒM

1. Ievads

1.1. Šo metodisko norādījumu mērķis ir sniegt ieteikumus efektīvu stratēģiju izstrādē, lai palīdzētu Latvijas ministrijām ieviest jaunas metodes nevalstisko organizāciju (NVO) un sabiedrības iesaistīšanai politikas izstrādē. Latvijas valdība jau pašlaik veiksmīgi īsteno NVO iesaistīšanu politikas izstrādē. Piemēram, ministrijas un NVO regulāri izmanto apaļā galda diskusijas, seminārus un sabiedriskas diskusijas, lai nodrošinātu savstarpēju saziņu. Turklāt ir veikti arī vairāki formāli pasākumi, piemēram, nodrošināta iespēja NVO pārstāvjiem piedalīties valsts sekretāru sanāksmēs. Šādas konsultāciju metodes nodrošina stabilu pamatu veiksmīgai saziņai un dialogam starp valdību un daudzajām NVO.

1.2. Ir būtiski turpināt veiksmīgi sāktu procesu un veicināt daudzveidīgāku metožu izmantošanu sabiedrības iesaistīšanas pasākumos (arī e-konsultāciju metodes), lai nodrošinātu plašāku un efektīvāku sabiedrības un NVO iesaisti. Krājuma „Sabiedrības iesaistīšana” mērķis ir sniegt atbalstu ministrijām fundamentālo sabiedrības iesaistīšanas stratēģiju īstenošanā, kā arī izskaidrot sabiedrības iesaistīšanas metodiku. Galvenais krājuma devums ir šāds:

- konsultāciju un sabiedrības iesaistīšanas jēdzienu skaidrojums;
- sabiedrības iesaistīšanas ieguvumu noteikšana;
- ieteikumi, kā noteikt sabiedrības vai NVO konsultāciju nepieciešamību;
- norādījumi par laika izvēli sabiedrības iesaistīšanai, mērķgrupu noteikšanu un piemēroto metožu atlasīšanu. Metožu skaidrojums un e-līdzdalības pieeju kopsavilkums, kā arī padomi atbilstošu resursu aprēķināšanā;
- padomi procesa dalībniekiem ieinteresēto pušu analīzē un atgriezeniskās saites nodrošināšanā;
- norādījumi par iespējām izvērtēt procesu un sabiedrības iesaistīšanas ietekmi;
- viegli saprotama pārbaudes veidlapa, lai izstrādātu efektīvu sabiedrības iesaistīšanas stratēģiju, kā arī vairāku piemēru analīze, pamatojoties uz Apvienotās Karalistes, starptautisko un Latvijas pieredzi.

► 3.pielikumā tiek piedāvāta pārbaudes veidlapa. 4.pielikumā ir sniegta praktisku piemēru analīze, pamatojoties uz Apvienotās Karalistes, starptautisko un Latvijas pieredzi.

2. Kas ir sabiedrības iesaistīšana?

2.1. Šajā sadaļā tiek īsi definēta sabiedrības iesaistīšanas būtība. Pirms sabiedrības un NVO iesaistīšanas politikas izstrādes procesā ir svarīgi izprast tā galvenos principus. Bieži rodas neskaidrības par lietotajiem jēdzieniem un izmantoto terminoloģiju, kas var izraisīt nepiemērotu metožu izvēli.

2.2. Iedzīvotāju un valsts attiecības veidojas dažādās formās, un ne visas ir uzskatāmas par sabiedrības iesaistīšanu. Iedzīvotāju un valsts attiecības var aplūkot četrās lielās kategorijās: **informēšana**, **sabiedriskās domas izpēte**, **konsultācijas** un **līdzdalība**. Turpmāk sniegtais katras kategorijas raksturojums apliecina, ka uz sabiedrības iesaistīšanu attiecas tikai **konsultācijas** un **līdzdalība**.

***Informēšana** – vienvirziena saziņa, kurā valsts sniedz informāciju tās iedzīvotājiem. Informēšana notiek, publicējot jaunu politikas iniciatīvu vai izmaiņas kādā procedūrā un piedāvājot šo informāciju internetā, informatīvajos materiālos, reklāmas kampaņās un izstādēs. Šī kategorija neietilpst sabiedrības iesaistīšanā.*

***Sabiedriskās domas izpēte** – process, kuru izmantojot politikas lēmēji noskaidro noteiktas sabiedrības daļas vai grupu viedokļus, galvenokārt lietojot kvantitatīvas metodes. Šādu izpēti var veikt, lai uzzinātu sabiedrības viedokli par dažādiem iespējamiem politikas risinājumiem. Bieži tiek izmantota aptauju metode. Arī šī kategorija neietilpst sabiedrības iesaistīšanā, ja tajā netiek ietverti konsultāciju pasākumi.*

***Konsultācijas** – sabiedrības iesaistīšanas veids, kurā divpusējā saziņā valsts vēršas pie iedzīvotājiem ar lūgumu sniegt ar politikas izstrādi saistītus priekšlikumus un saņemt attiecīgas atbildes. Parasti konsultācijas tiek izmantotas, ja par attiecīgo politikas iniciatīvu ir nepieciešams saņemt daudzveidīgus sabiedrības un NVO viedokļus. Izmantojamo metožu piemēri: konsultāciju ziņojumu publicēšana, publisku sanāksmju organizēšana vai konsultatīvas aptaujas.*

***Līdzdalība** – sabiedrības iesaistīšanas veids, kurā sadarbība ar valdību tiek nodrošināta, sabiedrībai aktīvi iesaistoties politikas nostādņu formulēšanā un izstrādē. Augstākajā līdzdalības pakāpē sabiedrība tiešā veidā iesaistās priekšlikumu izstrādē par politikas veidošanu un piedāvā konkrētus problēmas risinājumus. Iesaistīšanas process var ietvert NVO un valdības sadarbību, lai palīdzētu valdībai sagatavot jaunas darbības programmas. Šajā gadījumā NVO pārstāvji iesaistās valdības iestāžu vai attiecīgo komiteju darbā. Sabiedrības iesaistīšanas metodes ir referendumi, sabiedrisko novērtēšanas grupu veidošana, sabiedriskās apspriedes grupas vai sabiedrībai piešķirtās pilnvaras tiešā veidā pašai pieņemt lēmumus.*

► Krājumā “Sabiedrības iesaistīšana” galvenā uzmanība ir veltīta konsultāciju un līdzdalības pasākumiem, kas vērsti uz sabiedrības iesaistīšanu politikas veidošanas procesā.

3. Sabiedrības iesaistīšanas ieguvumi

3.1. Sabiedrības un NVO iesaistīšana valdības darbā ir kļuvusi par neatņemamu politikas veidošanas sastāvdaļu lielākajā daļā mūsdienu demokrātisko valstu. Runa nav tikai par atklātu valsts pārvaldi, lai gan arī šis aspekts ir būtisks. Būtisks faktors ir arī politikas efektivitātes uzlabošana, uz klausot un ņemot vērā ieinteresēto pušu uzskatus. Jānorāda, ka pašreizējā Latvijas valdība vēlas nodrošināt praktiskus pasākumus, kas sabiedrībai un NVO sniegtu iespēju ietekmēt demokrātiskos procesus vēlēšanu starplaikā.

3.2. Sabiedrības iesaistīšana nodrošina arī šādus specifiskus ieguvumus:

- sniedz valdībai iespēju iegūt papildu informācijas avotus un noskaidrot dažādus variantus un potenciālos risinājumus, kā arī uzlabo lēmumu kvalitāti;
- vērš politikas lēmēju uzmanību uz riskiem un problēmām, kuras nevar identificēt, izmantojot tikai pieejamo informāciju;
- palīdz uzraudzīt esošo politiku īstenošanu un norāda uz nepieciešamajām izmaiņām;
- sekmē sadarbības veidošanos starp ieinteresētajām grupām un valdību, lai diskutētu par problēmām un meklētu risinājumus;
- reāla sabiedrības iesaistīšana simbolizē Latvijas valdības apņemšanos politikas izstrādes procesā ieklausīties sabiedrības un ieinteresēto pušu viedoklī;
- veicina sabiedrības uzticēšanos valdībai un tās lēmumu likumībai.

4. Kā izlemt par nepieciešamību konsultēties

4.1. Kā politikas lēmēji un sabiedrisko attiecību amatpersonas Latvijas ministrijās pieņem lēmumu, ja ir nepieciešams konsultēties ar NVO vai sabiedrību? Vispirms, ir nepieciešams skaidri zināt problēmjautājumus un politikas mērķus. Otrkārt, jāanalizē jaunās politikas vai politikas izmaiņu iespējamās sekas. Treškārt, nepieciešams noteikt grupas, kuras attiecīgie lēmumi var ietekmēt. Vairumā gadījumu politikas izmaiņas vairāk vai mazāk ietekmē sabiedrību, tāpēc politikas izstrādē un izvērtēšanā būtisks ir ieinteresēto pušu ieguldījums, iesaistot vai nu šauru sabiedrības un NVO grupu, vai lielāku Latvijas sabiedrības daļu. Lēmumam par sabiedrības iesaistīšanas piemērotību jābūt loģiski pamatotam, pirmkārt, sniedzot atbildes uz šādiem galvenajiem jautājumiem:

- Kādā jautājumā ir nepieciešams uzzināt sabiedrības viedokli?
- Vai problēma attiecas uz pakalpojumu vai politiku?
- Vai iedzīvotāju viedoklis ir nepieciešams, lai saņemtu palīdzību jaunas politikas izstrādē vai politikas īstenošanā?
- Vai ir nepieciešams atklāt jaunas problēmas, par kurām iepriekš nav domāts?
- Vai ir nepieciešams noskaidrot attieksmi pret kādu priekšlikumu, politikas vai pakalpojuma izmaiņu?
- Vai ir nepieciešams, lai sabiedrība/ieinteresētās puses noteiktu politikas vai pakalpojuma izstrādes norisi (programmu)?
- Kuriem ministrijas departamentiem un kādam mērķim ir nepieciešama informācija, kas tiks iegūta sabiedrības iesaistīšanas procesā?
- Vai tiek plānots, ka procesa rezultāti tiks izmantoti arī citos lēmumu pieņemšanas mehānismos (piemēram, valsts sekretāru sanāksmēs, praktisko anotāciju sistēmā)?

4.2. Cita nozīmīga pieeja, kas palīdzētu Latvijas ministrijām pieņemt lēmumu par sabiedrības iesaistīšanas piemērotību, ir noskaidrot sabiedrības iesaistīšanas ietekmi uz galīgo lēmumu. Nosakot visus ar konkrēto lēmumu vai pakalpojumu saistītos faktorus, kurus var ietekmēt sabiedrības iesaistīšana, ir iespējams skaidri definēt diskusijas būtību un mērķus, kas tādējādi palīdzētu ministrijai novērst sabiedrības un NVO maldīgu priekšstatu par rezultātiem, kurus ir iespējams sasniegt diskusijā.

4.3. Visbeidzot, jānoskaidro, vai attiecīgajā jautājumā konsultācijas nav veicis cits ministrijas departaments vai cita Latvijas ministrija. Vai pastāv iespēja, ka viedokļi ir mainījušies? Pat ja ir nepieciešamas jaunas konsultācijas, jaunā konsultāciju procesa veidošanā var noderēt iepriekšējo konsultāciju rezultāti.

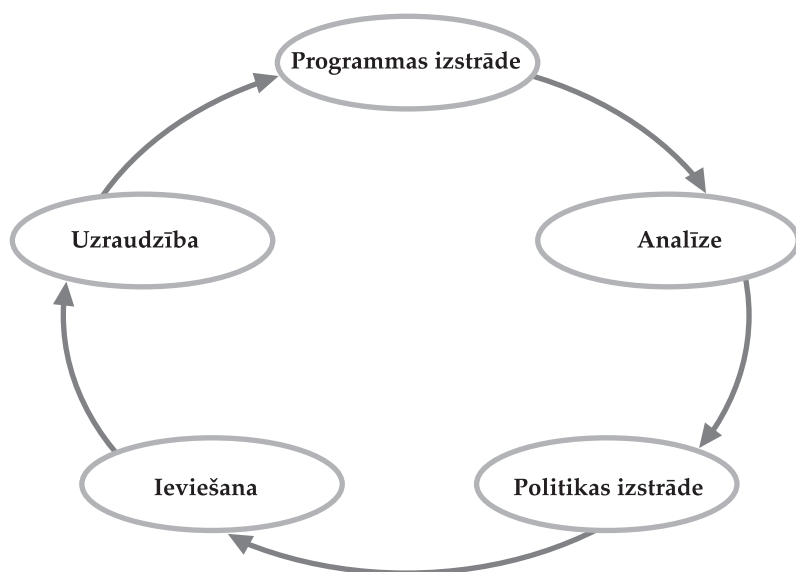
5. Laika izvēle sabiedrības iesaistīšanai

5.1. Ir būtiski plānot attiecīgo sabiedrības iesaistīšanas procesu un veidot grafiku, lai nodrošinātu:

- adekvātu konsultāciju procesa ilgumu;
- iesaistītu iespējami maksimālu Latvijas iedzīvotāju un NVO skaitu;
- atvēlētu pietiekamu laiku analīzei un atgriezeniskās saites nodrošināšanai.

5.2. Ir svarīgi noteikt piemērotu pasākuma sākuma laiku. Jāpādomā, kurā politikas vai plānošanas posmā sabiedrības iesaistīšana nodrošinātu vislielāko ietekmi. Izvēli nosaka attiecīgais problēmjautājums. Politikai reti ir skaidri definēts sākums un noslēgums, to ieteicams uzskatīt par aplveida ciklu. Turpmāk norādītā diagramma un tabula raksturo politikas veidošanas ciklu un tā saistību ar sabiedrības iesaistīšanas metodēm.

Politikas veidošanas cikls



1. tabula. Politikas veidošanas cikla skaidrojums

Politikas veidošanas posms	Funkcija	Ieteicamās sabiedrības iesaistīšanas metodes
Programmas izstrāde	Jaunas politikas vai politikas maiņas nepieciešamības konstatēšana. Risināmās problēmas noteikšana	Lietderīgas ir tās metodes, kas dod iedzīvotājiem un NVO iespējas attīstīt savas idejas un izteikt viedokļus tā, lai valdība varētu iesaistīties šajā procesā vai attiecīgi reaģēt. Metodes var ietvert fokusgrupu organizēšanu, redzējuma (vīzijas) attīstības pasākumus un interneta diskusiju forumus
Analīze	Ar attiecīgo problēmu saistīto uzdevumu un iespēju detalizēta formulēšana, lai izveidotu politikas dokumenta projektu	Jāizmanto tās metodes, kas ļauj attiecīgajiem cilvēkiem, ieinteresētajām pusēm un lēmumu pieņēmējiem sanākt kopā un noteikt ar konkrēto problēmu saistītos uzdevumus un iespējas. Metodes var ietvert fokusgrupas vai seminārus, sabiedrisko novērtēšanas grupu veidošanu un redzējumveidošanas pasākumus
Politikas izstrāde	Kvalitatīva, funkcionēspējīga politikas dokumenta izstrāde	Lietderīgas ir tās pieejas, kas sniedz sabiedrībai iespējas uzzināt un apspriest izstrādājamās politikas variantu priekšrocības un trūkumus. Metodes var ietvert sabiedrisko novērtēšanas grupu veidošanu, konsultatīvas aptaujas un interneta diskusiju forumus. Diskusijām paredzētie valdības ziņojumi arī sabiedrībai dod iespēju sniegt savu ieguldījumu šajā politikas veidošanas cikla posmā
Politikas ieviešana	Likumu, noteikumu, norādījumu un īstenošanas plāna izstrāde	Šajā posmā sabiedrība tiek iesaistīta retāk, jo tiek īstenota politika, par kuru jau panākta vienošanās. Tomēr ir iespējams veidot fokusgrupas, lai pārskatītu izvēlēto politiku
Politikas uzraudzība	Politikas izvērtēšana un pārskatīšana tās praktiskās īstenošanas laikā	Lai gan šis posms neprasa obligātu sabiedrības iesaistīšanu, aptaujas un viedokļu izpēte var būt noderīga politikas praktiskās īstenošanas uzraudzībā. Padziļināta skatījuma iegūšanai var izmantot tādas pamatmetodes sabiedrības iesaistīšanā kā fokusgrupas un interneta diskusiju forumus

5.3. Latvijas NVO bieži sūdzas, ka atvēlētais laiks nav pietiekams, lai izteiktu komentārus par likumprojektiem un citiem tiesību aktu projektiem. Tāpēc, ja ir nepieciešamas konsultācijas par politikas izmaiņām vai jauniem tiesību aktu projektiem, tās ieteicamas pirms attiecīgo projektu izstrādes posma, lai projektā tiktu atspoguļoti sabiedrības un/vai NVO viedokļi, kurus, savukārt, lēmumu pieņemšanā varētu izskatīt tautas vēlētie pārstāvji. Ja nepieciešams atklāt jaunas perspektīvas vai nekonstatētas problēmas (jaunas, ar pakalpojumu vai politiku saistītas problēmas, kas ir grūti pamanāmas), sabiedrību var iesaistīt pirms provizorisks risinājuma vai politikas nostādņu izstrādes. Šajā posmā sabiedrība sniedz informāciju par nepieciešamajām pārmaiņām, palīdz pārskatīt esošo politiku vai pakalpojumus, kā arī konstatēt galvenās risināmās problēmas.

5.4. Ja konsultācijas ir nepieciešamas kā politikas vai pakalpojuma uzraudzības līdzeklis, jāpārlicinās, ka ir pagājis pietiekami ilgs laiks, lai Latvijas sabiedrība un NVO spētu sniegt pamatotu vērtējumu. Jācenšas izvairīties no konsultācijām atvaļinājumu sezonā vai citā laikā, kad ieinteresēto pušu pārstāvji ir pārslogoti vai ļoti aizņemti. Ja no tā nav iespējams izvairīties, jācenšas konsultācijām atvēlēt ilgāku laiku un/vai jāizvēlas papildu iesaistīšanas metodes (piemēram, konsultāciju dokumentā skaidri norādot galvenās problēmas, sagatavojot ērti aizpildāmas atbilžu veidlapas, izmantojot tiešas diskusijas ar ieinteresētajām pusēm, diskusiju forumus internetā un viedokļu nosūtīšanu, izmantojot e-pastu).

5.5. Paredzot atbilžu saņemšanas laiku, jāņem vērā esošie oficiālie konsultāciju pasākumi (piemēram, Zemkopības ministrijas LOSP sanāksmju grafiki, valsts sekretāru sanāksmes). Izņēmuma gadījumā var rasties nepieciešamība samazināt konsultāciju laiku, piemēram, izskatot steidzamu tiesību akta projektu vai atkārtoti konsultējoties.

6. Mērķgrupu noteikšana

6.1. Nepieciešams ne vien skaidri zināt konsultāciju mērķus un ilgumu, bet arī padomāt par to, kādas personas un grupas iesaistīt konsultāciju procesā, lai visām galvenajām personām būtu iespēja izteikt viedokli. Šādi ir iespējams izvēlēties arī piemērotākās metodes. Efektīva strukturālā metode ir *mērķgrupu matricas* sagatavošana. Pirmajās divās ailēs ir norādītas grupu vai personu kategorijas, bet trešajā ailē –, kā jaunā politika var ietekmēt attiecīgo kategoriju. Šo matricu var izmantot arī piemērotāko metožu noteikšanai 4.ailē. Mērķgrupu matricas piemērs sniegts 2.tabulā.

2. tabula. Mērķgrupu matrica**Politikas problēmjautājuma piemērs – vietējo mācību programmu finansēšana**

Grupa	Mērķgrupas veids	Ietekmes veids	Sabiedrības iesaistīšanas metodes
Rīgas mācību forums	Vietējās kopienas grupa	Organizē vietējās mācības – finansējuma saņēmējs	[Skat. 7.sadaļu – Metožu izvēle]
Sievietes vecumā līdz 30 gadiem	Dzimuma/ vecuma segments	Pašlaik zems iesaistīšanās līmenis mācību procesā	
Valsts mācību asociācija	NVO	Pārstāv vietējos mācību projektus visā valstī	

6.2. Veidojot mērķgrupu matricu, jābūt elastīgai pieejai, lai nepaliktu neievēroti cilvēki vai Latvijas NVO, kas varētu sniegt nozīmīgu ieguldījumu. Nevajadzētu pieņemt, ka viena liela NVO var pārstāvēt visus viedokļus noteiktā jautājumā. Nereti dažādas NVO un citas grupas, pat pārstāvot līdzīgas intereses, var izteikt atšķirīgus viedokļus. Arī vienas NVO ietvaros var izpausties pretēji viedokļi, tāpēc ir būtiski tieši uzrunāt cilvēkus, kurus ietekmē politika vai pakalpojums, kā arī vērsties pie pārstāvniecības organizācijām. Maksimāli plašs potenciāli iesaistāmo dalībnieku tīkls visā Latvijā nodrošina sabiedrības iesaistīšanas rezultātu objektivitāti un atbilstību reālajiem viedokļiem.

7. Metožu atlase

7.1. Šis ir galvenais posms katrā labā sabiedrības iesaistīšanas stratēģijā. Latvijas nevalstiskajām organizācijām ir dažāda un nereti arī visnotaļ ierobežota kompetence. Tāpēc ir īpaši būtiski konsultācijās izmantot inovatīvas metodes, lai paplašinātu iesaistīto grupu un iedzīvotāju spektru un lai arī NVO ar nelieliem resursiem būtu iespējas dot savu ieguldījumu. Vienlaikus būtu pareizi jāizmanto attiecīgajai situācijai piemērotākās metodes, pretējā gadījumā nebūs iespējams sasniegt maksimālu procesa efektivitāti. Kādus faktoros ir nepieciešams ņemt vērā, izvēloties metodes? Galvenais faktors ir skaidra izpratne par jautājumiem, kuros ir nepieciešamas konsultācijas, jo tie nosaka iesaistāmās sabiedrības daļas, t.i., mērķgrupu izvēli. Pareizo metožu izvēlei ir izšķiroša nozīme, jo konsultācijas var būt efektīvas tikai tādā gadījumā, ja specifiskām grupām tiek izmantotas atbilstošas pieejas.

7.2. Nepieciešamo datu un viedokļu raksturs arī ietekmē metožu izvēli. Dažas metodes ir vairāk piemērotas attiecīgās informācijas un viedokļu apkopošanai nekā citas metodes. Izmantojamās metodes ir atkarīgas arī no sabiedrības iesaistīšanas procesam atvēlētā resursu apjoma. Ieteicams līdzsvarot ārpalpojumu izmantošanu un iekšējās iespējas, piemēram, personāla izvēli, laiku, budžetu (skat. 8.sadaļu par resursu aprēķiniem). Lēmumi par metodikas izvēli ir atkarīgi arī no tā, vai sabiedrības iesaistīšana ir vienreizējs pasākums, vai tiek veidots ilgstošs līdzdalības process.

7.3. Pēc piemēroto metožu atlases tās nepieciešams iekļaut *mērķgrupu matricā* (skat. 1.tabulu). Tas palīdzēs iegūt kopēju priekšstatu par stratēģiju un dos iespēju uzraudzīt un noslēgumā arī novērtēt metodes efektivitāti, nosakot, vai ir izdevies sasniegt izvēlētās mērķgrupas.

► 1.pielikumā sniegtajos metožu skaidrojumos tiek apkopota informācija par katras metodes mērķi, kā arī norādītas attiecīgās priekšrocības un trūkumi.

► 2.pielikumā sniegts kopsavilkums par dažām e-līdzdalības metodēm.

8. Resursu aprēķini

8.1. Ņemot vērā Latvijas ministriju ierobežotos resursus, ļoti būtisks ir jautājums, cik lieli naudas izteiksmē ir ieguvumi, ko dod sabiedrības iesaistīšana politikas vai pakalpojuma izstrādē. Faktiski tas nozīmē, ka sabiedrības iesaistīšanā ieguldīto resursu apjomam jābūt proporcionālam ieguvumiem. Nevajadzētu pārspīlēt ar pasākumu daudzumu un tērēt līdzekļus neatbilstoši iegūstamajai atdevei. Savukārt, ja piešķirtie līdzekļi ir nepietiekami, nav iespējams nodrošināt sabiedrības iesaistīšanas procesa efektivitāti un līdz ar to arī vērtīgu devumu politikas veidošanā. Tā būtu neattaisnojama taupība. Tāpēc resursu stratēģijā ir nepieciešams pārdomāti novērtēt, kāda ir Latvijas iedzīvotāju un NVO iesaistīšanas loma politikas un pakalpojumu izstrādes iespēju kontekstā, kā arī izvērtēt organizatoriskos aspektus un lēmumu pieņemšanas pasākumus.

8.2. Sākotnējā līmenī nepieciešamo resursu daudzumu nosaka sabiedrības iesaistīšanas pasākumu vai programmas apjoms. To nosaka arī konsultāciju metodes. Piemēram, vienu tikšanos ar galveno Latvijas NVO pārstāvjiem ir iespējams organizēt, izmantojot nelielu personālu un ar nelielām izmaksām. Lai izveidotu sabiedriskās novērtēšanas grupu vai organizētu lielu rakstisku konsultāciju pasākumu un papildinātu to ar citām metodēm (piemēram, veidojot fokusgrupas, publiskas apspriedes un interneta diskusiju forumus), ir nepieciešami lieli resursi. Tāpēc jānovērtē resursu atdeve, pamatojoties uz izvēlētajām metodēm. Piemēram, ja diskusiju forums internetā tiek izvēlēts kā visefektīvākais veids mērķgrupas sasniegšanai, resursu aprēķinos jāparedz

persona, kas vadīs un organizēs tiešsaistes režīma diskusijas. Vai šajā gadījumā pietiek ar esošajiem personāla resursiem vai ir nepieciešams piesaistīt kādu citu speciālistu? Ja izvēlas publiskās tikšanās metodi, jānosaka, kādas ir materiālās izmaksas (piemēram, telpas, publicitātes pasākumi, profesionāls sanāksmju vadītājs)? Parasti ministrijās nav šādu speciālistu, tāpēc šajā gadījumā jāizmanto citu speciālistu pakalpojumi.

8.3. Taču ir nepieciešams domāt ne tikai par *priekšplāna* metožu resursiem. Pietiekams resursu apjoms jānodrošina arī pasākumiem pēc sabiedrības iesaistīšanas procesa, piemēram, atbilžu analīzei, atgriezeniskās saites nodrošināšanai ar respondentiem, kā arī veikto pasākumu novērtēšanai, lai mācītos no gūtās pieredzes un pilnveidotu sabiedrības iesaistīšanas procesu.

9. Ieinteresēto pušu atbilžu analīze

9.1. Jebkurā stratēģiskā pieejā ir nepieciešama sistēma efektīvai atbilžu analīzei, lai veiktie pasākumi sniegtu vērtīgu ieguldījumu jaunās politikas izstrādē. Šādu analīzes pieeju nosaka fakts, ka jau pašā sākumā jānosaka vajadzīgās informācijas veids. Tas palīdz izvēlēties labāko analīzes veidu atbilstoši sabiedrības iesaistīšanas mērķiem. Piemēram, ja mērķis ir rakstisku komentāru apkopošana par kādu priekšlikumu, analīzē ir nepieciešams rūpīgi izskatīt atbildes, noteikt, sagrupēt un novērtēt viedokļus. Ja mērķis ir sabiedrības attieksmes noteikšana par esošo politiku vai pakalpojumu, analīzē ir nepieciešams noteikt galvenos virzienus sabiedrības sniegtajās atbildēs, kas saņemtas pa pastu, e-pastu vai izmantojot grupu metodes (sabiedriskās novērtēšanas grupas, seminārus un publiskās tikšanās).

9.2. Konkrēto analīzes veidu nosaka izmantotās metodes, taču ir vairāki pamatnoteikumi, kas jāņem vērā stratēģijas izstrādē. Jānodrošina, lai no personām, grupām, organizācijām un to ieguldījuma vienā pasākumā vai ilgstošā dialogā tiktu saņemta visaptveroša un objektīva informācija un dati. Atbildes ieteicams sagrupēt kategorijās (un apakškategorijās, ja jāstrādā ar liela apjoma un dažādām atbildēm). Piemēram, ņemot vērā attiecīgo problēmjautājumu, var būt nepieciešams kādu grupu, piemēram, ar labklājības jautājumiem saistītās nevalstiskās organizācijas, sadalīt dažādas intereses pārstāvošās apakšgrupās. To pašu var darīt attiecībā uz uzņēmumiem, arodbiedrībām, vides aizsardzību vai citas darbības jomas pārstāvošām NVO. Tas palīdzēs konstatēt viedokļu atšķirības starp dažādām grupām. Ieteicams sagatavot analīzes tabulu, kas attiecīgajā grupas kategorijā norāda perspektīvu kopsavilkumu un attiecīgās iespējas (skat. 3.tabulu). Analīze sniedz pārskatu par galvenajām tēmām un priekšlikumiem.

3.tabula. Analīzes tabulas piemērs

Grupa un veids	Ieinteresētības veids	Dalībnieku perspektīvu kopsavilkums	Dalībnieku priekšlikumu kopsavilkums
Rīgas mācību forums – vietējās kopienas grupa	Organizē vietējās mācības – finansējuma saņēmējs		
Individuālās atbildes no sievietēm vecumā līdz 30 gadiem – vecuma / dzimuma segments	Pašlaik zems iesaistīšanās līmenis mācību procesā		
Nacionālā apmācību asociācija – NVO	Pārstāv vietējos apmācību projektus visā valstī		

9.3. Jāspēj nošķirt reālās idejas no nereālām, pārsteidzīgi neatsakoties no idejām, kas sākotnēji šķiet neīstenojamas, taču var atklāt savu potenciālu pēc rūpīgākas izvērtēšanas. Vienmēr jāspēj rīcību loģiski pamatot, jo dalībnieki un NVO var uzdot jautājumus, kāpēc nav izmantotas attiecīgās iespējas. Derīgos priekšlikumus nepieciešams detalizēti izvērtēt, īpaši to ietekmi uz izskatāmo politikas vai pakalpojuma jautājumu. Jāpārliecinās, vai ir nepieciešami papildu pasākumi, lai pārbaudītu jaunos uzskatus. Analīzes rezultāti un ietekme uz politiku jāapkopo vienā dokumentā, izklāstot visus jautājumus un precīzi formulētos atzinumus. Noslēgumā nepieciešams visus atzinumus apspriest ar attiecīgajām ministrijām un ārējām ieinteresētajām pusēm, arī ar tiem, kas būs atbildīgi par politikas vai pakalpojuma īstenošanu. Šādā veidā būtu jānodrošina, ka tiek pilnībā ņemtas vērā visas perspektīvas.

10. Atgriezeniskās saites nodrošināšana

10.1. Viens no veidiem, kā Latvijā varētu tikt kavēts sabiedrības iesaistīšanas process, ir neadekvāta atgriezeniskā saite gan attiecībā uz procesā saņemtajām **atbildēm**, gan attiecībā uz **lēmumiem**, kas pieņemti pēc dialoga. Tāpēc jebkurā sabiedrības iesaistīšanas stratēģijā ir būtiski skaidri paredzēt atgriezenisko saiti un īstenot to arī praksē. Ideālā gadījumā atgriezeniskā saite pēc pasākuma jānodrošina nekavējoties (ja ir ilgstošs dialogs, regulāri jāorganizē, piemēram, komiteju tikšanās).

10.2. Atgriezenisko saiti var īstenot dažādi, taču stratēģijā būtu jāiekļauj šādi galvenie elementi: sabiedrības iesaistīšanas procesā atgriezeniskajai saitei jāklūst par organizācijas ilgstošās komunikācijas stratēģijas neatņemamu sastāvdaļu. Ja tiek publiski izziņots

konsultāciju grafiks, nepieciešams darīt visu iespējamo, lai šajā laikā tiktu nodrošināta arī atgriezeniskās saites informācija. Jāpārliecinās, ka paredzētais grafiks ir izpildāms. Ja atgriezeniskās saites grafikā notiek izmaiņas, par to jāinformē attiecīgie respondenti. Atgriezeniskās saites veidu nosaka izvēlētās sabiedrības iesaistīšanas metodes un komunikācijas stratēģija. Parasti to vajadzētu sagatavot ziņojuma vai cita dokumenta veidā (arī internetā), apkopojot atbildes un pamatojot akceptēto atzinumu izvēli. Var izmantot 9.sadaļā norādīto analīzes dokumentu, lai veidotu atbilžu bāzi.

10.3. Lai gan dokumenta publicēšana dod iespēju informēt lielāku skaitu cilvēku, šāda forma vienlaikus ir visai pasīva komunikācija, tāpēc ir nepieciešami papildu pasākumi: tikšanās pēc attiecīgā sabiedrības iesaistīšanas pasākuma; tiešais pasts ar respondentiem un citām ieinteresētajām pusēm; raksti Latvijas plašsaziņas līdzekļos un ministriju organizētas prezentācijas. Šo pasākumu mērķis ir nodrošināt iespējami plašu atgriezenisko saiti, lai cilvēki zinātu, ka viedokļi ir uzklausti. Vēl viens būtisks atgriezeniskās saites elements ir skaidras politikas izstrāde pēc sabiedrības iesaistīšanas procesa.

11. Novērtējums

11.1. Novērtēšanas procesa izstrāde stratēģijas līmenī dos Latvijas valdības ministrijām iespēju vērtēt un uzlabot sabiedrības iesaistīšanu un dalīties pieredzē. Tomēr nereti novērtēšanai tiek piešķirta zema prioritāte vai arī tā tiek pilnīgi ignorēta. Tam ir arī pamatoti iemesli, īpaši tas attiecas uz nepieciešamību īstenot politiku vai pakalpojumu tūlīt pēc sabiedrības iesaistīšanas procesa beigām. Turklāt Latvijas ministriju resursi ir ierobežoti. Tomēr turpmāk minētie vienkāršie novērtēšanas instrumenti dod iespēju veikt novērtēšanu bez ievērojamiem papildu izdevumiem. Vispirms jānorāda, ka novērtēšanas procesā Latvijas ministrijas var noskaidrot vislabāko resursu izmantošanas praksi un uzlabot sabiedrības iesaistīšanas efektivitāti. Tas dos iespēju arī izprast sabiedrības iesaistīšanas ietekmi uz politiku, lai attiecīgi veidotu turpmākos pasākumus. Sabiedrības iesaistīšanas novērtējumu veido divi aspekti: **procesa un ietekmes novērtējums**.

Procesa novērtējums

11.2. Procesa novērtēšanas sākumā jānosaka, vai un kādā pakāpē ir sasniegti sabiedrības iesaistīšanas mērķi. Šajā posmā būtu jāatbild uz vairākiem būtiskiem jautājumiem:

- Vai visiem dalībniekiem bija dots pietiekams laiks?
- Vai tika sasniegtas mērķgrupas?

- Kuras metodes izrādījās visefektīvākās/neefektīvākās, lai nodrošinātu atbilžu kvantitāti un kvalitāti?
- Kāda mērķgrupu daļa sniedza atbildes?
- Vai tika ievērots grafiks un vai tas bija reāli izpildāms?
- Ja nē, kādi bija grafika neievērošanas vai neizpildes iemesli?
- Kādi resursi tika piešķirti un cik lielā apjomā?
- Vai bija iespējams citāds resursu sadalījums?
- Vai sabiedrības iesaistīšanas rezultāti tika paziņoti visām personām, sabiedrības grupām, NVO un citām ieinteresētajām pusēm, kam šī informācija ir būtiska?
- Kā tika nodrošināta atgriezeniskā saite?

11.3. Atbildot uz šiem jautājumiem, organizācijām jāizmanto adekvāta informācija. Viedokli par procesu var lūgt paust pašiem dalībniekiem, organizējot aptauju vai tikšanos. Ieteicams sagatavot pieredzes ziņojumus, lai pilnveidotu turpmākos sabiedrības iesaistīšanas pasākumus.

Ietekmes novērtējums

11.4. Sabiedrības iesaistīšanas procesa ietekmes izpēte apliecina, ka Latvijas iedzīvotāju un NVO viedokļi tiek uzklausi un ņemti vērā. Ietekmes novērtējums palīdz sabiedrībai izprast, kā tā spēj ietekmēt rezultātus. Ietekmes kritēriji nav precīzi, jo politikas un pakalpojumu sniegšanas lēmumus nosaka dažādi faktori. Sabiedrības iesaistīšanas procesā uzklausi viedokļi parasti veido daļu no pieņemtā lēmuma, taču ne vienmēr tie ir izšķirošie faktori. Tomēr ietekmi ir iespējams novērtēt, meklējot atbildes uz šādiem galvenajiem jautājumiem:

- Vai sabiedrības iesaistīšana bija atbilstoša galarezultāta ietekmes kritērijiem?
- Kādas proporcijas veidojās starp sabiedrības iesaistīšanu un citiem lēmuma pieņemšanas mehānismiem?
- Kādi politikas vai pakalpojuma aspekti mainījās procesa dalībnieku piedāvāto risinājumu un viedokļu rezultātā?
- Vai ietekme bija tieša vai pastarpināta?

- Vai, iesaistot sabiedrību, tika īstenotas jaunas idejas?
- Vai, iesaistot sabiedrību, notika pārmaiņas organizācijā vai sistēmās?

11.5. Novērtēšanas procesā iespējams vērsties arī pie pašiem dalībniekiem un ieinteresētajām pusēm, lai noskaidrotu viņu viedokli par ietekmi.

11.6. Novērtēšanas noslēgumā informāciju par tās rezultātiem nepieciešams izplatīt gan attiecīgajā ministrijā, gan arī citās ministrijās. Pieredzes apmaiņa par labākajiem prakses piemēriem dos iespēju uzlabot sabiedrības iesaistīšanas procesu visā pārvaldē.

1.pielikums. Metožu skaidrojums

Metode	Mērķis	Priekšrocības	Trūkumi
1	2	3	4
<p>Konsultāciju dokuments – rakstisks dokuments, kurā tiek izklāstīta piedāvātā politika vai pakalpojums</p>	<p>Detalizētu viedokļu saņemšana par iespējamiem risinājumiem</p>	<p>Labā iespēja saņemt informāciju, aptaujājot attiecīgo jomu pārstāvošās organizācijas, grupas un personas</p>	<p>Dokuments var nesasniegt visas sabiedrības grupas, ja netiek nodrošināti arī tiešākas saziņas pasākumi, piemēram, tikšanās un semināri</p>
<p>Publiskās (atklātās) sanāksmes un prezentācijas – publiski pasākumi, kurus var apmeklēt iedzīvotāji un izteikt savu viedokli</p>	<p>Vispārēja priekšstata iegūšana par viedokļiem un diskusiju veicināšana tiešas un atklātas saziņas apstākļos</p>	<p>Procesa atklātība. Dalībniekiem ir iespēja izteikt viedokli un nepastarpināti uz klausīt alternatīvus uzskatus</p>	<p>Risks, ka diskusijās iesaistās cilvēki, kas nepārstāv attiecīgo jomu. Iegūtajai informācijai ir vispārējs, nevis detalizēts raksturs. Nepieciešama prasmīga procesa vadīšana, lai uzturētu atklātības un godīguma noskaņu</p>
<p>Aptaujas anketas – tiek uzdots virkne jautājumu, pēc tam atbildes apkopo un analizē. Lieto slēgtos jautājumus (tiek piedāvāti iepriekš sagatavoti atbilžu varianti) un/vai atvērtos jautājumus (respondenti brīvi sniedz savas atbildes)</p>	<p>Noskaidrot iedzīvotāju un NVO viedokli.</p> <p>Aptvert statistiski reprezentatīvu sabiedrības grupu</p>	<p>Labā metode, lai, izmantojot sabiedriskās konsultācijas, noskaidrotu liela cilvēku skaita vai NVO viedokli attiecīgajos jautājumos</p>	<p>Ierobežots sabiedrības iesaistišanas līmenis. Jautājumi nedrīkst būt pretenciozi. Pastāv risks, ka pārāk strikti tiks ierobežota darbības programma</p>

1	2	3	4
Tiešā intervēšana – individuālas, strukturētas intervijas	Padziļināti noskaidrot atsevišķu personu uzskatus un vērtības	Lietderīga metode, lai uzzinātu tādu grupu pārstāvju viedokli, kuri parasti netiek ņemti vērā. Laba metode, ja jautājumi ir personiski / slepeni	Nevar uzskatīt, ka izteiktais viedoklis pārstāv attiecīgo grupu vai sabiedrības daļu. Šī metode nav izmantojama statistisku datu iegūšanai. Iespējamās lielas izmaksas
Fokusgrupas – 8–10 cilvēku grupa, kas diskutē par vienu specifisku tematu / problēmu. Diskusijas nepieciešams vadīt	Noskaidrot noteiktu grupu un sabiedrības daļas uzskatus	Labā metode, lai noskaidrotu cilvēku viedokli un tā iemeslus. Prasmīgi vadot diskusijas, ir iespējams saņemt informāciju no visdažādākajām grupām	Šo metodi nevar izmantot statistisku datu iegūšanai. Pastāv risks, ka grupas viedoklis var tikt apzināti ievirzīts. Diskusiju vadītājam šādas situācijas jānovērš. Jānodrošina visu dalībnieku iesaistišana
Vairākkārtēju diskusiju grupa – līdzīga fokusgrupai, taču dalībnieki pēc iepazīšanās ar informāciju un jautājumu apspriešanas ar ārpusgrupas cilvēkiem tiek aicināti pulcēties uz vēl vienu vai vairākām diskusijām, attiecīgi pārskatot savus uzskatus. Tikšanās ilgums ir līdz 2,5 stundām, lai fokusgrupai būtu iespēja padziļināti apspriest attiecīgo jautājumu	Paredzēta, lai turpinātu un padziļinātu pirmo diskusiju	Labā metode, lai dotu iespēju dalībniekiem turpināt diskusijas un attīstīt idejas diskusiju starplaikā	Trūkumi līdzīgi fokugrupas metodes trūkumiem. Šo metodi nevar izmantot statistisku datu iegūšanai, nepieciešama prasmīga vadīšana

1	2	3	4
<p>Semināri – dažādi pasākumi. Piemēram, valdība var izvirzīt kādu jautājumu diskusijām un aicināt dalībniekus apspriest dažādus šī jautājuma aspektus mazās grupās un plenārsēdēs. Parasti diskusiju ilgums ir no pusdienas līdz divām dienām</p>	<p>Process, kurā lēmumu pieņēmēji ar iedzīvotājiem vai ieinteresētajām pusēm diskutē par specifisku jautājumu</p>	<p>Šī metode dod labu iespēju detalizēti apspriest ar NVO konkrētus jautājumus, piemēram, politikas prioritātes un risinājumus</p>	<p>Ierobežotas iesaistīšanas iespējas. Šī nav laba metode, lai uzzinātu dažādu sabiedrības grupu uzskatus</p>
<p>Konsultatīvās aptaujas – tiek iesaistīti ap 250–600 cilvēku, kas vienu–divas dienas diskutē lielā zālē.</p> <p>Dalībniekus izvēlas tā, lai iespējami plaši tiktu pārstāvēti sabiedrības viedokļi un atspoguļota demogrāfiskā situācija. Tiek izveidotas nelielas grupas, kurās diskutē par attiecīgajiem jautājumiem, uzklausā informāciju un uzdod jautājumus ekspertiem</p>	<p>Šī metode tiek izmantota, lai uzzinātu iedzīvotāju uzskatus pirms un pēc papildu informācijas saņemšanas un attiecīgā jautājuma apspriešanas</p>	<p>Labā metode, lai noskaidrotu lielas sabiedrības daļas viedokli no cilvēkiem, kas tiek papildus informēti par problēmu būtību</p>	<p>Nepieciešama prasmīga vadīšana, lai tiktu skaidri definēti galvenie jautājumi</p>

1	2	3	4
<p>Sabiedriskās novērtēšanas grupas – 12–16 iedzīvotāji (kas nav eksperti vai to pārstāvji), kuri uzklausa ar attiecīgo tēmu vai problēmu saistīto informāciju un argumentus un diskutē par to</p>	<p>Metode detalizētu un pārdomātu viedokļu noskaidrošanai</p>	<p>Dod iespēju apsvērt viedokli. Laba metode, lai pārbaudītu jaunas politikas vai pakalpojuma izmaiņu ietekmi</p>	<p>Nesniedz reprezentatīvu informāciju. Iespējamās lielas izmaksas. Metode nav piemērota visiem gadījumiem. Pastāv dažu dalībnieku dominantes risks</p>
<p>Lietotāju diskusijgrupas – nelielas lietotāju grupas, kas regulāri tiek ar pakalpojumu sniedzējiem, lai paustu savu viedokli</p>	<p>Veidot nepārtrauktu neatgriezenisko saiti par sniegto pakalpojumu un saņemt jaunus priekšlikumus</p>	<p>Nodrošina organizācijai iespēju veidot regulāru saikni ar lietotājiem un noskaidrot problēmas. Veicina un dod iespēju pārbaudīt jaunas idejas</p>	<p>Lietotāju diskusijgrupai ar organizāciju var veidoties pārāk draudzīgas attiecības. Nepieciešams nodrošināt neatkarīgu un kritisku skatījumu. Ierobežotas iespējas jaunu perspektīvu noteikšanā</p>

1	2	3	4
<p>Sabiedriskā apspriedes grupa – reprezentatīva sabiedrības kopa (ideālā gadījumā tajā vajadzētu būt ap 600–2500 cilvēkiem), kas noteiktu laiku tiek iesaistīta diskusijās</p>	<p>Viedokļu izteikšanas iespēja par specifiskiem jautājumiem</p>	<p>Viedokļu apkopošana noteiktā laikposmā. Izmaksas parasti ir zemākas, nekā veicot vienreizējas aptaujas, jo nav nepieciešams katru reizi apkopot demogrāfisko informāciju</p>	<p>Diskutējams jautājums – vai tā tiešām ir sabiedrības iesaistišana. Šī metode vairāk atbilst viedokļu aptaujai, lai gan mazākās šīs grupas kopas ir iespējams izmantot kā fokusgrupas, sabiedriskās novērtēšanas grupas u.c. Nepieciešams regulāri mainīt grupas dalībnieku sastāvu, taču jāaglabā grupas reprezentatīvais raksturs</p>
<p>Konsensa konference – 15–20 cilvēku grupa, kas izvēlēta pēc nejausības principa. Pirmajā tikšanās reizē diskusijas tiek vadītas. Grupu īsi iepazīstina ar attiecīgo problēmu un tiek lemts par būtiskajiem jautājumiem. Otrajā reizē grupa sāk analizēt problēmu un noskaidro cilvēkus, kuriem būtu nepieciešams uzdot jautājumus. Notiek publisks pasākums, kurā grupa vairākas dienas uzklausa šos cilvēkus. Pēc tam tiek sagatavots pārskats, kurā grupa izklāsta savu viedokli par attiecīgo problēmu un prezentē to publiskā konferences sanāksmē</p>	<p>Sekmēt izpratni par attiecīgo problēmu, nodrošinot informatīvus materiālus un dodot iespēju diskusijas dalībniekiem uzklaut ekspertus</p>	<p>Labā metode politikas veidošanas procesa sākumā, lai veidotu sabiedrības izpratni par problēmas būtību</p>	<p>Metode nav piemērota turpmākajos politikas izstrādes posmos</p>

1	2	3	4
<p>Problēmas diskusijgrupas – ilgstošas darbības grupas, kas regulāri tiekas un koncentrē uzmanību uz kādu konkrētu problēmu</p>	<p>Ilgstošs dialogs ar sabiedrību, lai saņemtu palīdzību jaunās politikas formulēšanā</p>	<p>Efektīva metode, lai noskaidrotu viedokļus par specifisku problēmu un reaģētu uz mainīgajiem apstākļiem un notikumiem</p>	<p>Parasti šī metode tiek izmantota vietējā, nevis valsts līmenī</p>
<p>Redzējumveidošanas pasākumi – piedalās liela ieinteresēto pušu grupa (ap 60 cilvēku). Tās dalībniekiem ir lēmumu pieņemšanas kompetence. Viņi ir informēti par diskutējamo problēmu, turklāt tās risinājums var ietekmēt arī pašus grupas dalībniekus.</p> <p>Dalībnieki tiekas un piedalās strukturētās sanāksmēs, kas ilgst pat līdz divarpus dienām. Tiek veidots vienots nākotnes redzējums un norādītas darbības, kas veicamas saistībā ar attiecīgo redzējumu</p>	<p>Vērtēt politikas priekšlikumu no speciālistu vai ietekmēto grupu viedokļa</p>	<p>Laba metode, lai veiktu rūpīgu pārbaudi un nonāktu pie pārdomātiem secinājumiem. Vislabāk izmantojama politikas izstrādes sākuma un noslēguma posmos</p>	<p>Sabiedrība tos var uztvert kā elitārus un nepieejamus pasākumus. Nepieciešams nodrošināt arī citus pasākumus, lai veiktu plašākas konsultācijas</p>

1	2	3	4
<p>Iesaistošās plānošanas modelis (Planning for real) – nereti šādu modeli plānošanas jomā īsteno vietējās pārvaldes līmenī. Tiek veidots trīsdimensiju modelis, nodrošinot elementu sasaisti. Šo modeli novieto publiskā vietā, lai iedzīvotāji varētu piestiprināt kartītes, norādot problēmas, satraucošus jautājumus un iespējamus risinājumus</p>	<p>Galvenokārt izmanto vietējās pārvaldes līmenī, lai konstatētu problēmas un meklētu risinājumus. Tomēr šo metodi ir iespējams pārņemt arī valsts līmenī</p>	<p>Laba metode, lai sāktu plašas sabiedriskas diskusijas: vizuālo materiālu izmantošana veicina cilvēku interesi un iesaistišanos</p>	<p>Šī nav efektīva metode, lai nonāktu pie viennozīmīgiem secinājumiem, taču dod labu iespēju konstatēt sabiedrībai aktuālas problēmas</p>
<p>E-līdzdalība – piemēram, tīmekļa diskusiju forumi; atbildes, kas tiek iesūtītas pa e-pastu; publiskie “kioski”; DVD un CD-ROM izmantošana</p>	<p>Iespēja ātri sasniegt sabiedrību un reprezentatīvās grupas. Metode tiek izmantota arī detalizētu viedokļu saņemšanai</p>	<p>Dod iespēju neka- vējoties iesaistīt attiecīgās personas. Dialogs var veidoties brīvā formā.</p> <p>Ērta metode pašiem konsultāciju saņēmējiem.</p> <p>Palielinoties elektroniskās saziņas līdzekļu pieejamībai un izmantojot šo metodi, ir iespējams sasniegt arvien lielāku sabiedrības daļu.</p> <p>Iespēja ar nelielām izmaksām sasniegt lielu skaitu cilvēku</p>	<p>Ne visiem ir pieejami jaunie saziņas līdzekļi, ne visiem patīk tos lietot. Interneta lietotāju skaits Latvijā ir salīdzinoši neliels.</p> <p>Bez prasmīgas diskusijas vadīšanas var novirzīties no galvenajiem jautājumiem</p>

2.pielikums. E-līdzdalības metožu kopsavilkums

Elektroniskā pastkaste

Tīmekļa vietnēs un dokumentos norādītās e-pasta adreses nodrošina iedzīvotājiem atgriezeniskās saites iespēju.

E-pasta izplatīšanas saraksts

Saraksti, kas tiek izmantoti, lai nodrošinātu dokumentu piegādi ieinteresētajām pusēm. Iedzīvotāji var internetā pieteikt sava e-pasta iekļaušanu sarakstā, tādējādi iegūstot iespēju paust savu viedokli valdībai.

Interneta forumi

Foruma dalībnieku skaitu var ierobežot, iesaistot tikai noteiktas personas (piemēram, ieinteresēto pušu kodola grupu), vai arī tas var būt pieejams visiem. Forums dod iespēju tiešsaistes režīmā komentēt valdības priekšlikumus, iepazīties ar citu dalībnieku viedokļiem un diskutēt par priekšlikumiem.

Parasti tiek izmantoti divu veidu interneta forumi: *problēmforumi* un *politikas diskusiju forumi*.

Problēmforumi

Diskusiju temats ir kāda politikas problēma un ar to saistītie jautājumi. Lai mērķgrupa būtu informēta, foruma vietnē var norādīt pamatnostādnes, saites uz saistītām vietnēm un papildu informāciju par attiecīgo problēmu. Galvenajām ieinteresēto pušu grupām vai personām var lūgt dalīties savā pieredzē un nostādnēs par konkrēto problēmu.

Politikas diskusiju forumi

Politikas diskusiju forumu var orientēt uz tām konsultāciju dokumenta tēmām, jautājumiem un sadaļām, par kurām ir nepieciešams uzzināt sabiedrības viedokli. Diskusijas tiešsaistes režīmā nodrošina atbilžu kvantitāti un kvalitāti. Dalībniekus var aicināt izteikt alternatīvas idejas un priekšlikumus. Diskusijās nosaka, vai foruma dalībnieki piekrīt vai nepiekrīt esošajiem priekšlikumiem un kādi ir viņu noraidošās vai atbalstošās nostājas iemesli.

Tērzēšanas pasākumi tiešsaistes režīmā

Dalībnieki noteiktu laiku (parasti divas stundas) diskutē ar ministriem, deputātiem un citiem varas pārstāvjiem. Šos pasākumus ir iespējams īstenot arī diskusiju forumos internetā.

Aptaujas tiešsaistes režīmā

Šīs aptaujas tiek veiktas, izmantojot e-pastu vai īpaši izveidotas vietnes.

Interaktīvas spēles un scenāriju plānošana

Šos pasākumus var izmantot, lai iesaistītu sabiedrību politikas alternatīvu vai priekšlikumu izstrādē.

3.pielikums. Metodisko norādījumu pārbaudes veidlapa

1.posms. Atbilde uz jautājumu – kāpēc?

✓	Kāda ir konsultāciju nepieciešamība (piemēram, vai ir noteiktas obligātas prasības)?
✓	Vai sabiedrības iesaistīšana ietekmēs galarezultātu?
✓	Sabiedrības iesaistīšanas pamatojums:
✓	• Par ko ir nepieciešams uzzināt viedokļus?
✓	• Vai runa ir par pakalpojumu vai politiku?
✓	• Vai tiek izstrādāta vai īstenota jauna politika/ pakalpojums?
✓	• Vai ir nepieciešams konstatēt jaunus problēmjautājumus?
✓	• Vai ir nepieciešams pārbaudīt attieksmi pret kādu priekšlikumu/ politikas ideju/ izmaiņu pakalpojumā?
✓	• Vai sabiedrībai/ieinteresētajām pusēm būtu jānosaka politikas izstrādes programma?
✓	• Kurām organizācijas nodaļām ir nepieciešama no sabiedrības iegūtā informācija un kāpēc?
✓	• Vai pasākumi papildinās citus lēmumu pieņemšanas mehānismus?
✓	• Kā secinājumi tiks izmantoti politikas vai pakalpojuma īstenošanā?
✓	Jānoskaidro, vai saistībā ar attiecīgo problēmjautājumu sabiedrības iesaistīšanas pasākumus nav veikušas citas organizācijas nodaļas vai cita iestāde. Šādā gadījumā sabiedrību iesaista atkārtoti tikai tad, ja tiks nodrošināti jauni papildu ieguvumi

2.posms. Grafiks

✓	Sabiedrības iesaistīšanai jāizvēlas vispiemērotākais laiks
✓	Ja konsultācijas notiek par jaunu likumprojektu, tās jāveic jau laikus, nevis likumprojekta pieņemšanas procesā
✓	Ja ir nepieciešams konstatēt jaunus problēmjautājumus, sabiedrības iesaistīšanas pasākumiem jānotiek pirms sākotnējo politikas nostādņu vai risinājumu izstrādes
✓	Pirms sabiedrības viedokļu noskaidrošanas politikai vai pakalpojumam jāļauj noteiktu laiku funkcionēt
✓	Jācenšas izvairīties no sabiedrības iesaistīšanas pasākumiem atvaļinājumu sezonā vai citā laikā, kad iespējamie dalībnieki ir ļoti aizņemti
✓	Jārod iespējas atvieglot cilvēku un NVO līdzdalību, ja pasākumus nākas veikt nepiemērotā vai ļoti īsā laikā, piemēram, skaidri jādefinē problēmjautājumi, jā sagatavo ērti aizpildāmas aptaujas anketas, jāizmanto internets un personīgas tikšanās ar galvenajām ieinteresētajām pusēm
✓	Jānoskaidro, vai pastāv formāli norādījumi par konsultāciju organizēšanas laiku

3.posms. Lēmums par iesaistāmajām personām un grupām

✓	Jāsatavo <i>mērķgrupu matrica</i> , kas nosaka iesaistāmās personas un grupas, to interešu kategoriju – mērķgrupas veidu (piemēram, kopienas grupa, etniska minoritāte, jauni cilvēki, pārstāvniecības organizācija), kā arī norāda, kā šīs personas vai grupas ietekmē attiecīgo politiku vai pakalpojumu
✓	Matricai jābūt pietiekami elastīgai, lai procesā tiktu iesaistīti visi svarīgie cilvēki vai grupas, t.i., jānodrošina maksimāli plašs potenciālo dalībnieku loks
✓	Mērķgrupas jācenšas uzrunāt tieši, kā arī ar attiecīgo grupu pārstāvniecības organizāciju starpniecību, pat ja tās pilnībā neatbilst šādas organizācijas statusam

4.posms. Metožu atlase

✓	Jāizpēta informācija par dažādām metodēm
✓	Jācenšas izmantot vairākas metodes – dažādas pieejas vairumā gadījumu uzlabo sabiedrības un NVO ieguldījumu
✓	Pareizi jāizmanto vispiemērotākās metodes
✓	Jābūt skaidri zināmiem problēmjautājumiem, par kuriem notiek konsultācijas, lai izvēlētos labākās metodes
✓	Skaidri jānosaka, kādu veidu datus un informāciju nepieciešams saņemt no sabiedrības, jo arī šis faktors ietekmē metožu atlasī
✓	Jāaprēķina pieejamie resursi, jo tie nosaka metožu izmantošanas iespējas (piemēram, tiek plānoti vienreizēji vai ilgstoši pasākumi)
✓	Izvēlētas metodes jānorāda <i>mērķgrupu matricā</i>

5.posms. Resursu novērtējums

✓	Jānovērtē, cik lielu ieguldījumu sabiedrības līdzdalība dos politikas izstrādē vai pakalpojuma pilnveidošanā, lai resursu ieguldījumi būtu pamatoti
✓	Jānovērtē iespējamais līdzsvars starp sabiedrības līdzdalības ietekmi uz politiku vai pakalpojumu un citiem lēmumu pieņemšanas mehānismiem
✓	Nepieciešams novērtēt, kā attiecīgās metodes ietekmē resursu patēriņu (piemēram, vienreizēja tikšanās ar galvenajām ieinteresētajām pusēm noteikti izmaksās lētāk nekā ilgstošas diskusijas ar sabiedrisku apspriedes grupu)
✓	Jānoskaidro, vai sabiedrības iesaistišanas procesu ir iespējams īstenot, izmantojot iekšējos resursus, vai ir nepieciešami papildu vai ārējie resursi
✓	Nepieciešams paredzēt pietiekamus resursus analīzei, atbilžu saņemšanai un novērtēšanai

6.posms. Analīze

✓	Jau pašā sākumā jānoskaidro, kāda informācija ir nepieciešama, lai izvēlētos vispiemērotāko analīzes veidu
✓	Jāpārlicinās, ka sabiedrības iesaistīšanas procesā tiek iegūta visaptveroša informācija, kas atbilst patiesajai situācijai
✓	Rezultāti jāklasificē atbilstoši tematikai un grupu veidiem
✓	Ieteicams sagatavot analīzes tabulu, lai sargrupētu ar katru kategoriju saistītās iespējas
✓	Jānosaka reāli īstenojamās idejas un iespējas, pārsteidzīgi neatsakoties arī no neparastām idejām un viedokļiem
✓	Ideju un iespēju atļasei jābūt loģiski pamatojamai
✓	Vērtīgākās idejas un viedokļi jāpēta padziļināti, nosakot, vai ir nepieciešami papildu sabiedrības iesaistīšanas pasākumi vai izpēte
✓	Par analīzes rezultātiem un secinājumiem jāgatavo pārskats
✓	Iegūtie rezultāti un secinājumi jāpārrunā ar galvenajām ieinteresētajām pusēm

7.posms. Atgriezeniskā saite

✓	Sabiedrības iesaistīšanas procesā atgriezeniskajai saitei jābūt neatņemamai ministriju komunikācijas stratēģijas sastāvdaļai
✓	Ja tiek izziņots sabiedrības iesaistīšanas pasākumu grafiks, atgriezeniskā saite jānodrošina paredzētajā laikā. Pretējā gadījumā grafiku nepieciešams aktualizēt
✓	Atgriezeniskās saites informācija parasti tiek iekļauta vienā dokumentā, sniedzot izteikto viedokļu detalizētu apkopojumu, pamatojot risinājuma izvēli un nosakot turpmākās darbības
✓	Līdztekus dokumenta sagatavošanai jāveic arī aktīvāki pasākumi (piemēram, tikšanās ar dalībniekiem, e-pasta vēstuļu sūtīšana, raksti plašsaziņas līdzekļos, prezentācijas)

8.posms. Novērtējums

	<i>Vispārīgais novērtējums</i>
✓	Jā saglabā visa novērtēšanai nepieciešamā informācija
✓	Novērtēšanas procesa ietvaros ieteicams uzzināt, kā pasākumus vērtē iesaistītās un arī neiesaistītās personas
✓	Atsevišķā dokumentā ieteicams apkopot gūto pieredzi, lai pilnveidotu sabiedrības iesaistīšanas stratēģiju un praksi visā valsts pārvaldē

	<i>Procesa novērtējums. Galvenie jautājumi</i>
✓	Vai dalībniekiem piešķirtais laiks bija pietiekams?
✓	Vai tika sasniegtas mērķgrupas?
✓	Kuras metodes bija visefektīvākās un kuras – visneefektīvākās, lai nodrošinātu atbilžu kvantitāti un kvalitāti?
✓	Cik liela bija mērķgrupu atsauce atbilžu sniegšanā?
✓	Vai tika ievērots grafiks? Vai tas bija reāli izpildāms? Ja nē, kādi bija iemesli?
✓	Kāds bija piešķirto līdzekļu apjoms? Kā līdzekļi tika izlietoti?
✓	Vai resursu sadalījums varēja būtu citāds?
✓	Vai sabiedrība pietiekami plaši tika informēta par rezultātiem?
✓	Kāds bija vērtējums pēc procesa noslēguma?

	<i>Ietekmes novērtējums. Pamatjautājumi</i>
✓	Vai sabiedrības iesaistīšanas rezultātu ietekme uz pieņemtajiem lēmumiem bija tik liela, kā sākotnēji paredzēts?
✓	Cik liela bija sabiedrības iesaistīšanas ietekme uz politiku vai pakalpojumu salīdzinājumā ar citiem lēmumu pieņemšanas mehānismiem?
✓	Kādas izmaiņas politikā vai pakalpojumā izraisīja sabiedrības iesaistīšanas procesā paustie viedokļi un risinājumi?
✓	Vai ietekme bija tieša vai netieša?
✓	Vai sabiedrības iesaistīšanas procesā iegūtās informācijas rezultātā radās jaunas idejas?
✓	Vai sabiedrības iesaistīšanas procesa rezultātā tika veiktas izmaiņas organizācijā vai sistēmās?

4.pielikums. Praktisko piemēru analīze, izmantojot Apvienotās Karalistes, starptautisko un Latvijas pieredzi

Lielbritānija

4.1.pielikums

Vides, pārtikas un lauku lietu departaments (VPLLD): tiešsaistes un nesaistes režīma iesaistīšanas metožu izmantošana konsultācijās par ilgtspējīgas attīstības stratēģiju

VPLLD iesaista dažādas cilvēku grupas – ieinteresētās puses, sabiedrību un VPLLD darbiniekus – departamenta ilgtspējīgās attīstības stratēģijas izstrādē, izmantojot gan tiešsaistes, gan nesaistes režīma konsultāciju metodes. Tiek organizēti semināri, kuros piedalās ieinteresētās puses, tiešsaistes režīma diskusiju forums, kurā piedalās ap 40 organizāciju, vairākkārtēju diskusiju grupas, iesaistot sabiedrības pārstāvjus, kā arī departamenta darbiniekiem paredzēts tiešsaistes režīma diskusiju forums internetā.

4.2.pielikums

Zinātnes un tehnoloģiju parlamentārā biroja (ZTPB) interneta diskusijas: Floodforum.net

ZTPB noslēdza vienošanos ar uzņēmumu „Hansard Society“, lai tas veiktu tiešsaistes režīma diskusiju par plūdu problēmjautājumiem. Galvenais mērķis bija veicināt debates par plūdu cēloņiem, sekām un iespējām tos mazināt un novērst, attiecīgi informējot parlamentu par diskusijas rezultātiem.

Galvenie pasākumi

□ Vienu mēnesi notika diskusijas īpaši šim mērķim izveidotā interneta vietnē. Lai nodrošinātu publicitāti un iesaistītu pietiekamu skaitu dalībnieku, tika nosūtīti uzaicinājumi un e-pasta vēstules, sniegta informācija vietējos plašsaziņas līdzekļos (tajā skaitā arī informācija vietējā radio un intervijas un raksti laikrakstā), kā arī izmantotas citas vietnes un iedzīvotāju savstarpēji izplatītā informācija.

□ Informācija par diskusiju tika sniegta publisko pakalpojumu vietās internetā (piemēram, bibliotēkās), kā arī tika pieņemtas rakstiskas atbildes no cilvēkiem, kuriem nebija pieejami e-pasta pakalpojumi.

□ Diskusiju vadīja „Hansard Society“. Sākumā tika nosūtīti vairāki ievadziņojumi, lai veicinātu debates par galvenajiem konsultāciju jautājumiem. Diskusijas gaitā dalībnieki norādīja jaunas diskusiju jomas, taču diskusijas vadība kontrolēja, vai attiecīgā joma ir būtiska galveno problēmu kontekstā.

Rezultāti

Reģistrējās un diskusijā iesaistījās 532 personas. 157 personas nosūtīja 571 ziņojumu. Svarīgi norādīt, ka cilvēkiem tika dota iespēja tikai iepazīties ar diskusijas saturu, nenosūtot ziņojumus.

4.3.pielikums

Nacionālā patērētāju padome: inovatīvs projekts, lai patērētājus ar zemu ienākumu līmeni iesaistītu diskusijā par problēmām pārtikas un lauksaimniecības jomā

NPP organizēja divus seminārus, lai uzzinātu, ko patērētāji ar zemu ienākumu līmeni domā par pārtikas un lauksaimniecības jomas nākotni. Katrs seminārs ilga pusotru dienu. Secinājumi tika iekļauti NPP ziņojumā valdības komisijai par lauksaimniecības un pārtikas jomas perspektīvām.

Semināru vadīšanā tika izmantotas daudzas metodes, arī sabiedriskās novērtēšanas grupu metode, scenāriju izstrādes metode un teatralizētas diskusijas elementi. Metožu mērķis bija nodrošināt iespējas brīvi izteikties, kā arī nodrošināt kvalitatīvu pētījumu. Semināru dalībnieki stāstīja par savu personīgo pieredzi un vēlmēm. Semināru tēmas nebija strikti noteiktas.

4.4.pielikums

Izglītības un profesionālās apmācības departaments: bērnu un jauniešu viedokļu izpēte

Konsultāciju pasākumā bērni un jaunieši no visas Anglijas izteica viedokli par galvenajām tēmām, kas izklāstītas *Baltajā grāmatā „Skolas: ceļš uz panākumiem“*. Pasākumā piedalījās 114 pamatskolas un vidusskolas vecuma jaunieši no dažādām sociāli ekonomiskajām grupām ar dažādām izglītības vajadzībām.

4.5.pielikums

Londonderijas Ostas pārvalde un Ziemeļīrijas Asambleja: efektīva sabiedrības iesaistīšanas politika

Organizējot sabiedriskās konsultācijas par iepriekš eksistējošās militārās zonas atjaunošanu Ziemeļīrijā, konsultāciju iniciatoriem izdevās panākt plašu publicitāti. Lai piesaistītu uzmanību un uzaicinātu piedalīties diskusijā, tika izmantotas šādas metodes: informācija vietējos plašsaziņas līdzekļos; liels reklāmkarogs iestādes interneta vietnē, norādot konsultāciju foruma adresi; vēstuļu nosūtīšana 2500 organizācijām. Konsultāciju procesa beigās iestādes vietnē internetā tika reģistrēti 5500 apmeklētāji.

4.6.pielikums

Tirdzniecības un rūpniecības departaments: konsultāciju procesa pilnveidošana ar ieinteresētajām pusēm

TRD organizēja pusdienu ilgu semināru, kurā piedalījās ieinteresētās puses un departamenta amatpersonas, lai kopīgi pārrunātu esošo konsultāciju procesu un noteiktu prioritārās darbības, kas uzlabotu procesa kvalitāti. Pirms diskusijas departaments kā papildu informāciju izplatīja pārskatu par sasniegtajiem rezultātiem iekšējās debatēs, kas skāra šo pašu tēmu. Seminārā tika norādīti vairāki scenāriji, lai informētu dalībniekus par iespējamām pieejām dažādās politikas situācijās. Pēc semināra departaments sāka projektu, kura mērķis ir konsultāciju procesa pilnveidošana. Vadības grupa kopā ar galveno ieinteresēto organizāciju pārstāvjiem piedāvās galveno problēmu risinājumus.

Cita starptautiskā pieredze

4.7.pielikums

Sabiedriskās konsultācijas par izglītības politiku Čehijas Republikā

2000.gadā Čehijas Republikā, gatavojot *Balto grāmatu par izglītību*, tika organizēta plaša sabiedriska diskusija, izmantojot dažādas konsultāciju metodes: speciāls buklets izglītības profesionāļiem, informācijas izplatīšana plašsaziņas līdzekļos, publiskas diskusijas un apaļā galda debātes, kā arī diskusijas internetā. Šis gadījums spilgti parādīja multimediju izmantošanas priekšrocības, īpaši uzsverama ir interneta nozīme. Internetu izmantoja galveno dokumentu nosūtīšanai, piemēram, Izglītības ministrijas vietnē tika ievietots Konceptijas dokuments. Internets nodrošināja arī tiešsaistes režīma diskusiju iespējas attiecīgajā vietnē. Vietnes informācijas saturs bija šāds: izglītības ministra ievadtēzes, informācija par konsultāciju procesu un iesaistīšanās iespējām, septiņi ar attiecīgo tēmu saistītie pētījumi, sabiedrisko konsultāciju pirmajā un otrajā posmā tiešsaistes režīmā nosūtītie komentāri, apaļā galda diskusiju kopsavilkumi, jaunākā informācija par pasākumiem un kontaktinformācija, lai saņemtu papildu datus.

4.8.pielikums

„Pastāsti, ko tu domā” – interneta diskusiju forums Somijā

Somijas valdības organizētā diskusija internetā, lai piedāvātu iedzīvotājiem iespēju izteikties par valdības politiku dažādās jomās šīs politikas izstrādes sākumposmā.

Pasākumu norisi uzrauga Finanšu ministrija. Vienlaikus notiek 2–6 diskusijas par ministriju izvēlētajām tēmām. Katra ministrija ir atbildīga par sava foruma norisi, piemēram, nodrošinot ar attiecīgo problēmu saistītu papildinformāciju un vadot diskusiju procesu. Ministrijas sagatavo arī ziņojumu par internetā saņemtajām atbildēm, kas tām būtu jāņem vērā politikas izstrādē.

Diskusijas vietnē katru mēnesi notika arī 1–2 sarunas starp ministriem un iedzīvotājiem, lai apspriestu ministrijas izvēlēto tēmu.

4.9.pielikums***Argentīna: provincē organizēta tikšanās par aizdevumiem
strukturālo uzlabojumu mērķiem***

Publiskas tikšanās, kas notiek reģionos, ir lielisks veids, kā nodrošināt informācijas izplatīšanu. Šajā gadījumā sanāksme notika reģiona galvaspilsētas teātrī. Tika dota iespēja piedalīties jebkuram cilvēkam, pieaicinot dažas speciāli izraudzītas personas. Informācija par sanāksmes norisi un rezultātiem tika publicēta laikrakstos. Triju stundu ilgās tikšanās pirmajā stundā notika strukturālo uzlabojumu mērķiem paredzēto aizdevumu prezentācija. Šajā prezentācija tika ziņots arī par rezultātiem, kas tika iegūti aptaujā un fokusgrupu diskusijās par aizdevumu iespējamo ietekmi. Atlikušais laiks bija atvēlēts jautājumiem un komentāriem, kā arī vadošo amatpersonu atbildēm.

4.10.pielikums***Bosnija un Hercegovina: konference par sociālo politiku, aizsardzību
un praktiskajiem pasākumiem***

Situācijas raksturojums: pagājušā gadsimta deviņdesmitajos gados, galvenokārt Dienvidslāvijas kara dēļ, Bosnija un Hercegovina strauji grima nabadzībā. Eiropas Kopienas Humānās palīdzības birojs organizēja forumu, lai novērtētu nabadzības izplatību un galvenās ar to saistītās problēmas, kā arī lai apspriestu finansējuma piešķiršanas iespējas sociālās palīdzības un sociālās aprūpes programmām un vērtētu izstrādājamās politikas iespējamus risinājumus un prioritātes. Divus mēnešus pirms foruma tika izplatīts dokuments, kas ietvēra informāciju par galvenajām problēmām un forumā izskatāmajām tēmām. Notika vairāk nekā simts mazāka mēroga sanāksmes, kas palīdzēja gan sagatavoties konferencei, gan iegūt sākotnējo novērtējumu. Šajā plašajā procesā cilvēki tika informēti par gaidāmo konferenci, noteica galvenās personas situācijā pēc notikušā konflikta, kā arī iezīmēja politisko debašu galvenos virzienus. Virkne svarīgāko valsts aģentūru saņēma uzaicinājumu piedalīties konferencē, lai pēc tās nodrošinātu priekšlikumu un ieteikumu īstenošanu. Galarezultātā konferences dalībnieku sarakstos bija dažādu reģionu pārstāvji no galvenajām sociālajām grupām un darbības jomām (sievietes, bērnu nami, veco ļaužu medicīniskās aprūpes (geriatrijas) centri u.c.). Forums bija ļoti veiksmīgs un deva nozīmīgu ieguldījumu Bosnijas politikas problēmjautājumu risināšanā, ko galvenokārt nodrošināja procesa plašais un visaptverošais raksturs.

Noslēgumā tika izveidota attiecīgo ministru vadīta Sociālās aizsardzības jautājumu darba grupa, lai turpinātu diskusiju un sagatavotu jaunus ieteikumus.

4.11.pielikums

Konsensa konferences par ģenētiski modificētu pārtiku Norvēģijā

Norvēģijas Biotehnoloģiju pārvalde un Nacionālā pētījumu ētikas komiteja organizēja konsensa konferenci, lai iedzīvotājus iesaistītu diskusijā par pārtikas ģenētisko modificēšanu. Konference ilga četras dienas. Tika izveidotas nespēcālistu grupas, katrā no tām apvienojot 16 cilvēkus (8 sievietes un 8 vīriešus) vecumā no 18 līdz 72 gadiem no dažādiem valsts reģioniem un sociālajām grupām. Diskusijā nedrīkstēja piedalīties attiecīgajā jomā strādājošās personas, kā arī tie, kas ir saistīti ar organizācijām, kuras darbojas ģenētiski modificētas pārtikas jomā. Grupu darba mērķis – piedāvāt politikēm, iestādēm un pārtikas nozares pārstāvjiem saskaņotu viedokli par ģenētiski modificētu pārtiku; veidot forumu diskusijām starp ekspertiem un nespēcālistiem un nodrošināt plašu viedokļu apmaiņu sabiedrībā, kas pārzina attiecīgās tēmas būtību. Galvenais konferences ieguldījums bija sabiedrības informēšana par jautājumiem, kas saistīti ar ģenētiski modificēto pārtiku. Tika sagatavotas aptuveni 100 ziņas preses izdevumiem, notika 20 intervijas dažādās radio programmās, informācija par konferenci tika sniegta četrās TV programmās.

4.12.pielikums

Peru: lauku ceļu projekts

Peru veiktais konsultāciju process deva iespēju pilnveidot lauku ceļu uzlabošanas projektu, lai rezultāts atbilstu vietējo kopienu vajadzībām. Projekta mērķis bija uzlabot izolēto pilsētu pieeju reģionu centriem un sociālajiem pakalpojumiem, kā arī radīt jaunas darba vietas un pilnveidot lauku ceļu uzturēšanas pakalpojumus, veidojot vietējos uzņēmumus, kas darbotos šajā jomā. Projekta sagatavošanas laikā reģionu līderi, ceļu uzņēmumu amatpersonas un NVO piedalījās konsultatīvos semināros un vienojās par jautājumiem, kas saistīti ar projekta struktūru un īstenošanu. Notika vairāk nekā 40 semināru, kuros piedalījās reģionu pārstāvji, lai nodrošinātu projekta atbilstību to vajadzībām. Semināru dalībnieki – gan vīrieši, gan sievietes – apsprieda projekta prioritātes un norādīja uz iespējamiem risinājumiem, kas sākotnēji projektā nebija paredzēti. Viens no semināru rezultātiem bija mazu uzņēmumu izveide ceļu uzturēšanas pakalpojumu sniegšanai. NVO iesaistījās iedzīvotāju apmācībā grāmatvedības uzskaites jautājumos, kā arī palīdzēja saņemt nelielus bankas aizdevumus. Semināri veicināja arī dalībnieku savstarpējās attiecības, uzlabojot savstarpējo uzticēšanos starp reģionu iedzīvotājiem, NVO un pārvaldes amatpersonām.

4.13.pielikums

Latvija: situācijas raksturojumam – pozitīvais un negatīvais piemērs no finanšu jomas

Alkoholisko dzērienu aprites likumprojekts, kas aizstās pašreiz spēkā esošo Alkohola aprites likumu un Ministru kabineta noteikumus par alus aprites un uzraudzības kārtību

Lai saskaņotu alkohola aprites kārtību ar Eiropas Savienības noteiktajām prasībām, bija izveidota darba grupa, kas sagatavoja jauno likumprojektu. Pēc tam, kad darba grupa bija beigusi darbu, tās sekretariāts (atbildīgā institūcija) – Valsts ieņēmumu dienesta Akcīzes preču pārvalde –, pat nekonsultējoties ar darba grupu, likumprojektu papildināja ar normām, kas paredzēja būtiski ierobežot alkoholisko dzērienu reklāmu un tirdzniecību. Darba grupa par šiem papildinājumiem netika informēta. Likumprojektam neformālā veidā nonākot sabiedrības pārstāvju rokās, ieinteresētās puses (mediji, izdevēji, reklāmdevēji) sāka negatīvu publicitātes kampaņu pret šo likumu, kritizējot Finanšu ministriju un Valsts ieņēmumu dienestu par tām likumprojekta normām, kas nebija Eiropas Savienības izvirzītās prasības. Ņemot vērā šos aspektus, likumprojektu nosūtīja uz valsts sekretāru sanākumi un strīdīgās normas no tā tika izņemtas. Sarežģījumi nebūtu radušies, ja Valsts ieņēmumu dienests būtu informējis par šiem jautājumiem vismaz darba grupu un konsultējies ar iesaistītajām pusēm un organizācijām. Piemēram, Preses izdevēju asociācija jau skandāla laikā neoficiāli izrādīja ļoti lielu ieinteresētību un pat mēģināja piedāvāt kompromisa risinājumus (!). Šobrīd likumprojekts ir pieņemšanas procesā un visas strīdīgās normas no tā ir svītrotas.

*Likumprojekts par vieglo automobiļu un motociklu nodokli,
kas iekļauts budžeta likumprojektu paketē*

Likumprojekts paredz automašīnas un motociklus turpmāk vairs neaplikt ar akcīzes nodokli, bet gan ar vieglo automobiļu un motociklu nodokli. Taču ne nodokļa aprēķināšanas principus, ne arī likmes nav paredzēts mainīt. Pret likumprojektu nav izteikts neviens publisks iebildums vai kritiska piezīme, jo tā izstrādes gaitā Finanšu ministrijas Nodokļu politikas departamenta speciālisti veica plašas un vispusīgas konsultācijas ar iesaistītajām sabiedrības grupām – tikšanās, diskusijas un sarunas klātienē. Piemēram, ar Latvijas Pilnvaroto auto tirgotāju asociāciju un ar Latvijas Lietotu automobiļu tirgotāju asociāciju, bet abām šīm asociācijām būtībā ir pretējas intereses minētā nodokļa noteikšanas principos. Sākotnēji no asociācijām tika saņemtas iebildes, bet daudzkārtēju konsultāciju laikā tika panākts kompromiss – saglabāt līdzšinējo kārtību un likmes. Likumprojekts tika iesniegts un akceptēts Ministru kabinetā, kā arī bez jebkādam problēmām vai publiskām diskusijām tiek skatīts Saeimā.

II

DIALOGA VEIDOŠANA AR IEDZĪVOTĀJIEM UN NVO LATVIJĀ

Rokasgrāmata par 16 metodēm
iedzīvotāju un ieinteresēto pušu iesaistīšanai

**Šis dokuments ir izmantojams kopā ar materiālu
„Sabiedrības iesaistīšana: Metodiski norādījumi sabiedrības
informēšanai par jaunām politikas izstrādņēm“**

12. Ievads

Rokasgrāmata papildina materiālu „Sabiedrības iesaistīšana: Metodiski norādījumi sabiedrības informēšanai par jaunām politikas izstrādņēm“ un ir lietojama kopā ar to. Īpaši tā papildina metodisko norādījumu 7.nodaļu par metožu atlasī un konsultēšanas metodēm.

Rokasgrāmatā atspoguļotās metodes ietver vairākas, galvenokārt, kvalitatīvas sabiedrības iesaistīšanas metodes. Tā sniedz arī detalizētu attiecīgo metožu aprakstu. Tādējādi politikas veidotāji un personāls, kas nodarbojas ar politikas skaidrošanu, var gūt skaidru izpratni par praktiskām lietām. Izvēloties rokasgrāmatā minētās metodes, atbilstoši iespējām tika ņemti vērā Latvijas ministriju ierobežotie resursi.

Dažas metodes ir vairāk piemērotas tikai NVO (piemēram, apaļā galda semināri), bet citas (piemēram, sabiedriskās novērtēšanas grupas un sabiedriskās apspriedes grupas) ir piemērotas vienīgi iedzīvotājiem. Taču daudzas metodes (piemēram, nākotnes izpēte) var būt noderīgas gan iedzīvotāju, gan NVO iesaistīšanā. Rokasgrāmata ietver arī informāciju par to, kā visefektīvāk īstenot tradicionālās iesaistīšanas metodes (piemēram, publiskās sanāksmes un aptaujas). Ir norādītas dažu metožu aptuvenās izmaksas (eiro). Tās ir tikai indikatīvas, un, iespējams, metodiskos pasākumus Latvijā var veikt par zemākām izmaksām (piemēram, ņemot vērā relatīvi mazākus izdevumus, kas saistīti ar vietējo konsultantu un sociālo pētījumu organizāciju pakalpojumu izmantošanu).

Visbeidzot, „Dialoga veidošana ar iedzīvotājiem un NVO Latvijā“ ir informatīvs materiāls par dažādām sabiedrības iesaistīšanas metodēm, kas ir vispiemērotākās Latvijas ministrijām. Taču ne vienmēr katra atsevišķā metode ir atzīstama par piemērotu. Tās jāizmanto atbilstoši konsultāciju stratēģijai (skat. materiālu „Sabiedrības iesaistīšana“).

13. Mērķgrupas

Apraksts

Koordinatori ievada apmēram 8–10 cilvēkus strukturētā, bet brīvā diskusijā par konkrēto tematu.

Uzņemšana mērķgrupās

Parasti dalībniekus izvēlas (atlasa) ārējās profesionālās tirgus izpētes sabiedrības. Grupas īpašības būs atkarīgas no problēmjautājuma. Ja tas attiecas uz politiku kopumā, tad visi sektori, kurus ietekmē problēmjautājums, būtu jāpārstāv vienā vai vairākās mērķgrupās. Kritēriji grupu veidošanai var ietvert vecumu, dzimumu, sociālo stāvokli, nodarbinātību, ģeogrāfisko atrašanās vietu. Nav ieteicams vienā grupā apvienot jaunākus cilvēkus ar vecākiem cilvēkiem, lai kāda grupa nejustos nomākta. Arī dažādu dzimumu pārstāvju iesaistīšana, īpaši jaunāka vecuma grupās, var ietekmēt grupas uzvedību. No otras puses, pārāk daudzu smalku kritēriju radīšana var novest pie lielām, nevadāmām grupām.

Ir vairāki veidi, kā dalībniekus atlasa no saraksta pēc nejaušības principa. Viens no veidiem ir atlasīt, piemēram, katru piekto, devīto vai divpadsmito cilvēku sarakstā, lai iegūtu nepieciešamo skaitu. Otra iespēja ir izmantot nejaušā skaitļa ģeneratoru, piemēram, ja vārdi jau ir ievadīti datu bāzē. Ja šāds saraksts nav izveidots, var rasties nepieciešamība vērsties pie cilvēkiem noteiktā vietā – ciematā, mazpilsētā, pilsētas ielās vai apmeklējot viņus dzīvesvietā. Ņemot vērā nepieciešamo tehnisko kompetenci, to vislabāk var izdarīt pieredzējuši pētnieki. Ja dalībniekus atlasa pēc noteiktiem kritērijiem, būs nepieciešama neliela atlasē anketa, lai iegūtu pamatinformāciju, piemēram, datus par vecumu, dzimumu, nodarbošanos un citu informāciju, kas ir būtiska konkrētajā pētījumā. Vēršoties pie potenciālajiem dalībniekiem, kā arī informējot viņus par pētījumu un pārbaudot būtiskos demogrāfiskos rādītājus, būtu labi pārbaudīt viņu pieejamību, īpaši svētku dienās, kā arī noskaidrot, vai persona ir pieejama nedēļas nogalēs un kādas ir iespējamās transporta problēmas. Uzaicinājumu ir ieteicams apliecināt ar vēstuli. Tajā būtu jāietver pateicība par to, ka persona ir piekritusi dalībai, jānorāda tikšanās datums un laiks, ja iespējams, karte, kurā norādīta atrašanās vieta, paredzamais diskusiju ilgums, pamatinformācija par pētījumu – tā mērķi un nozīmīgumu, kā pētījums tiks izmantots, kā arī jānorāda kontaktpersona (vārds un tālruna numurs), ar kuru sazināties, ja rodas jautājumi.

Dalības veicināšana

Nauda ir labākais stimuls, kas rosina cilvēkus apmeklēt mērķgrupas. Tai nav jābūt lielai summai, piemēram, 10–15 eiro (Latvijā attiecīgi 5–10 latī¹). Dalību var sekmēt, nodrošinot potenciālos dalībniekus ar visu nepieciešamo informāciju un skaidru izpratni par mērķgrupu. Atgādinājuma zvans dienu pirms pasākuma arī ir ļoti efektīvs veicināšanas līdzeklis. Varētu piedāvāt arī transportlīdzekli, īpaši, ja kādam grupas dalībniekam nokļūšana līdz norises vietai ir problemātiska.

Norises vieta

Mērķgrupas tikšanās vietā gaisotnei jābūt brīvai un neformālai. Ja tiek izmantota tirgus pētījumu organizācija, iespējams, tā var piedāvāt piemērotu norises vietu. Var izmantot viesnīcu, bet dažos gadījumos tas var būt pārāk oficiāli. Speciālas studijas ar īpašām iespējām, piemēram, vērot procesu videoierakstā vai vienvirziena spogulī, var būt pieejamas lielākajās pilsētās. Protams, dalībnieki jāinformē par to, kas tiks darīts, turklāt viņiem jāparedz iespēja atteikties no dalības pasākumā.

Grupu darbs

Mērķgrupas darbu koordinē vai vada prasmīgs speciālists, vēlams, ar atbilstošu izglītību un pieredzi. Ja to dara pieaicināts speciālists, tiek nodrošināta zināma neitralitāte un objektivitāte. Rīkotājorganizācija vadītāju īsumā informē par projektu un sniedz pamatinformāciju par apspriežamo jautājumu. Lai gan viena no kvalitatīva pētījuma priekšrocībām ir tā, ka var rasties jauni problēmjautājumi, tomēr ir nepieciešams atbildēt

¹ Šeit un turpmāk pēc Latvijā esošo attiecīgo pakalpojumu sniedzēju aptaujas norādītās pakalpojumu cenas latos ir provizorisks.

uz konkrētiem jautājumiem un izpētīt galvenās jomas. Lai to nodrošinātu, jāsastāda un jāapstiprina diskusiju rokasgrāmata. Ja tiek izveidotas vairākas mērķgrupas, tiek nodrošināta konsekvence un rodas iespēja salīdzināt rezultātus starp grupām. Organizācijas vai ministrijas ierēdnim nebūtu jāuzņemas liela loma mērķgrupās. Mērķgrupas ir iecerētas, lai uzzinātu, ko cilvēki patiesībā domā, bet organizācijas vai ministrijas pārstāvis var traucēt diskusijā. Procesu var novērot ne vairāk kā viena persona, taču tai nav ļauts komentēt pasākumu. Noslēgumā diskusijas vadītājs var aicināt dalībniekus uzdot amatpersonai dažus jautājumus. Parasti sesijas tiek ierakstītas audioierakstā vai videoierakstā, lai pēc tam varētu veikt detalizētāku analīzi.

Izmaksas

Ja mērķgrupas vadīšana tiek uzticēta piesaistītai aģentūrai, maksājamā summa varētu sasniegt 1000-2000 eiro par grupu (Latvijā – 400–1100 latu), ņemot vērā konkrētos apstākļus, arī dalībnieku atlasī, telpu īri, vadīšanas, analīzes, prezentāciju un ziņojumu izmaksas.

14. Sabiedriskās novērtēšanas grupa

Apraksts

Sabiedriskās novērtēšanas grupas ir veids, kā iegūt atgriezenisko saiti un iesaistīt sabiedrību lēmumu pieņemšanas procesā. Iesaistītajām personām ir iespēja no vairākiem avotiem un ekspertiem saņemt plašu informāciju par problēmjautājumu. Sabiedriskās novērtēšanas grupas dalībniekiem ir iespēja pamatīgi izpētīt problēmjautājumus, uzzināt par organizācijas darbu un dot ievērojamu ieguldījumu sabiedrisko jautājumu izpētē. Tipiskā sabiedriskās novērtēšanas grupā ir 12–25 personas, lai tā iespējami precīzi raksturotu sabiedrību, piemēram, tiek nodrošināts vīriešu un sieviešu skaitliskais līdzsvars, etniskā dažādība, tiek iesaistīti nodarbinātie un bezdarbnieki. Protams, ņemot vērā nelielo skaitu, nav garantijas, ka paustais viedoklis būs raksturīgs visai attiecīgajai kategorijai, taču, atlasot pārstāvjus no dažādiem sektoriem, tiek samazināts aizspriedumu risks vai tas, ka tiek pārstāvēts tikai noteiktas iedzīvotāju daļas viedoklis.

Atlase

Sabiedriskās novērtēšanas grupas atlasē ir līdzīgas problēmas kā mērķgrupu vai citu diskusiju grupu atlasē, un var būt nepieciešamas papildu atbalsta darbības, lai nodrošinātu cilvēku dalību.

Darbība

Tā nav novērtēšanas grupa juridiskā nozīmē, kad jāizdara izvēle starp divām konfrontācijā esošajām pusēm. Sabiedriskās novērtēšanas grupa uzklausa informāciju no dažādiem avotiem, kas skaidro argumentu dažādos aspektus. Bieži tiek izmantoti eksperti, kas sniedz faktoloģisku informāciju, lai sabiedriskās novērtēšanas grupai palīdzētu pieņemt lēmumu. Var tikt iesaistīti arī pārstāvji no sabiedrisko domu ietekmējošām grupām, kā arī citas personas, kurām ir īpaša interese par attiecīgo jautājumu. Parasti sabiedriskās novērtēšanas grupa tiekas ik pēc četrām–piecām dienām.

Neatkarīgs vadītājs rūpējas, lai novērtēšanas grupas darbs noritētu raiti. Dažreiz novērtēšanas grupai ir advokāts, kurš palīdz jautājumu formulēšanā un diskusijās. Pēc visas informācijas uzklaušanās un detalizētas apspriešanas novērtēšanas grupa, iespējams, ar advokāta palīdzību, izdara secinājumus, kas tiek apkopoti organizācijai iesniegtajā ziņojumā. Galīgo lēmumu pieņem organizācija, taču tā var pilnībā ņemt vērā novērtēšanas grupas ieteikumus.

Izmantošana un izmaksas

Sabiedriskās novērtēšanas grupas ir ļoti populāras Apvienotajā Karalistē. Taču tās ir salīdzinoši dārgas (apmēram 10000–40000 eiro, Latvijā – 4000–6000 latu). Tās nav piemērotas visu jautājumu risināšanai, bet, iespējams, ir vispiemērotākā metode, ja organizācijas un ministrijas jau ir sasniegušas ievērojamu progresu konsultācijās un darbā ar sabiedrību. Noteiktos apstākļos šādas grupas var būt ļoti efektīvas, apliecinot iedzīvotāju spēju aktīvāk iesaistīties demokrātiskā lēmumu pieņemšanas procesā.

15. Sabiedriskās apspriedes grupa

Apraksts

Sabiedriskās apspriedes grupas tiek izmantotas vairākus gadus. Tām ir vairākas priekšrocības, turklāt ir iespēja sekot vienas cilvēku grupas viedokļa izmaiņām laika gaitā. Pieaug interese un zināšanas par politiku un pakalpojumiem. Tās ir lētākas, jo katru reizi nav jāatkārto paraugu atlase, un ir maz ticams, ka apspriedes grupu dalībnieki, kas ir piekrituši veikt zināmus pienākumus, atteiksies piedalīties aptaujā. Visas īpašās prasības, piemēram, valodas zināšanas vai lasīšanas problēmas, būs zināmas iepriekš, un tām varēs laikus sagatavoties, tādējādi paātrinot atbilžu sniegšanas tempu.

Varianti

Pastāv vairāki apspriežu grupu veidi, iekļaujot tajos 600–1200 dalībniekus. Lielāks dalībnieku skaits ļauj identificēt apakšgrupas, piemēram, sadalījumu pēc ģeogrāfiskiem rajoniem. Otrkārt, ja tiek izmantotas mazākas reprezentatīvas grupas, nav nepieciešams katru reizi izmantot visu apspriedes grupu, tādējādi var veikt vairākas aptaujas. Ir iespējams noorganizēt arī sabiedriskās novērtēšanas grupu un mērķgrupas, kā arī kvalitatīvu citu veidu darbu ar apspriedes grupu.

Aptaujas

Var izmantot rakstiskas un telefoniskas aptaujas, kā arī aptaujas, klātienē tiekoties ar sabiedriskās apspriedes grupu. Aptauju biežums var būt dažāds – sākot ar reizi mēnesī līdz četrām reizēm gadā.

Atbirums un dalībnieku sastāva mainība

Būs nepieciešams periodiski mainīt apspriedes grupas sastāvu divu iemeslu dēļ: lai nodrošinātu tās pārstāvību un līdzsvarotu dalībnieku dabisko mainību. Lai gan ir zināmas priekšrocības to cilvēku aptaujāšanā, kuriem ir šķietama interese par organizāciju, var rasties neobjektīvi rezultāti, jo attiecīgā kategorija vairs nebūs

pienācīgi pārstāvēta. Tas var radīt divējādas problēmas – tie nebūs tik labi informēti kā sabiedriskās novērtēšanas grupa un netiks pārstāvēta attiecīgā kategorija. Gada vidējais sabiedriskās apspriedes grupas atbiruma rādītājs parasti ir 20 %. Parasti mēdz izstāties jaunākie dalībnieki, tādējādi apspriedes grupas dalībnieku vecums palielinās. Ja notiek izmaiņas vietējās kopienas sastāvā, nepieciešams veikt izmaiņas arī apspriedes grupā. Tādēļ ir nepieciešama metode, kā sistemātiski nomainīt apspriedes grupas dalībniekus, piemēram, katru gadu vienu trešdaļu vai ceturtdaļu. Tas nozīmē arī to, ka katra atsevišķā apspriedes grupas dalībnieka slodze nebūs pārāk liela.

Atbilžu koeficients

Apspriežu grupas atbilžu koeficients būs atkarīgs no vairākiem faktoriem, arī no intereses par konkrēto tēmu un tā, cik labi grupa ir informēta par aptauju un procesu kopumā. Atbilžu koeficients varētu būt 70 %, taču ir iespējams arī 50–60 % vai 80–90 % amplitūdā, ņemot vērā konkrētos apstākļus.

Atgriezeniskā saite

Ir svarīgi nodrošināt apspriedes grupu ar informāciju un sniegt vērtējumu par aptaujām. Viens no veidiem, kā to īstenot, – ziņojumu izmantošana.

Izmaksas

Ir aprēķināts, ka apspriedes grupas faktiskās izmaksas gadā sastāda aptuveni 10000 eiro (Latvijā – 3000–6000 latu mēnesī, ja grupā ir 1000 dalībnieku). Tātad tās ir ļoti rentablas, salīdzinot ar nepārtrauktu atsevišķu aptauju vadīšanu. „Tīrās” izmaksas var samazināt, uzticot arī citām organizācijām iekļaut tās interesējošus jautājumus.

16. Konsultatīvās aptaujas

Šajā gadījumā tiek ņemts statistiski reprezentatīvs paraugs, bet tā dalībniekiem pirms iztaujāšanas ir dota iespēja saņemt papildu informāciju par attiecīgo tēmu. Tādējādi var iegūt viedokli, kas ir vairāk balstīts uz zināšanām, nevis virspusējām aptaujām. Pastāv vairāki veidi, kā to īstenot. Populāra metode ir reprezentatīva parauga izmantošana, iesaistot 250–600 cilvēku, kuri tiekas ik pēc divām, trijām vai četrām dienām, ja iespējams, – arī brīvdienās. Pastāv vairākas iespējas diskusijām mazās grupās. Var iesaistīt speciālistus jautājumu atbildēšanā. Pēc tam atbildes novirza citām grupām. Konsultatīvās aptaujas tiek veiktas procesa sākumā un beigās. Šī metode vairākkārt ir izmantota Apvienotajā Karalistē, īpaši valsts vēlēšanu kampaņu laikā. Viens šīs metodes trūkums ir potenciāli lielās izmaksas, kā minimums 200000 eiro par vietēja mēroga konsultatīvu aptauju un 2 miljoni eiro, ja rīko valsts kampaņu (Latvijā – 1000 respondentu – 4000–8000 latu).

17. Publiskās sanāksmes

Cilvēku ieinteresēšana

Viena no lielākajām problēmām ir apātija. Patiesībā ļoti pamatots personas arguments var būt sava brīvā laika produktīva un patīkama pavadīšana. Taču šajā gadījumā var ņemt vērā faktu, ka publiskās sanāksmes ir ierastas, ja tiek apdraudētas noteiktas intereses, piemēram, īstenojot nevēlamu politiku. Faktiski tas nozīmē, ka cilvēki mēdz aktīvi apmeklēt publiskas sanāksmes, ja viņi ir ļoti norūpējušies par kādu problēmu. Diskusijai jābūt interesantai gan NVO, gan sabiedrībai. Ir svarīgi, lai katra pasākuma nosaukums ne tikai atspoguļotu tēmu, bet būtu arī aicinošs. Turklāt pasākums jāveido tā, lai cilvēkiem būtu viegli tajā iesaistīties, kā arī jāizmanto vietējās pasākuma norises vietas, ērtas telpas un personīgs uzaicinājums.

Laiks

Pasākuma norises precīzs laiks (dienā vai vakarā) būs atkarīgs no problēmjautājuma un apstākļiem. Centieties neplānot sanāksmi vienā laikā ar citiem svarīgiem pasākumiem (piemēram, vienā laikā ar valsts, sporta vai izklaides pasākumiem).

Norises vieta

Pārliecinieties, ka norises vieta ir pieejama mērķauditorijai, arī tiem, kuri izmanto sabiedrisko transportu. Aukstas zāles ziemas laikā nešķiet pievilcīgas, tādēļ nelieli papildu izdevumi par apkuri var izrādīties lietderīgi. Viegli atspirdzinājumi savukārt var veicināt omulīgākas un draudzīgākas atmosfēras radīšanu.

Publicitāte

Bieži vien cilvēkiem informācija jādzird divas vai trīs reizes, lai tā nogulsnētos vai viņi uztvertu, ka tā ir svarīga. Tāpēc ir ļoti svarīgi aktīvi un nepārtraukti veikt publicitātes pasākumus (budžeta ietvaros). Dažkārt visefektīvākā ir mutiskā reklāma – var izmantot gan oficiālos, gan neoficiālos kanālus, arī NVO.

Sanāksmju lietderība

Lai gan organizācijas, kas gūst panākumus sabiedrības iesaistīšanā, uzskata, ka ir svarīgi, lai pasākums būtu iespējami atraktīvāks, tomēr tās arī atzīst, ka panākumu pamatā ir sanāksmju lietderība. Saņemot sūdzību par sanāksmē izskatīto politiku, atbildēto jautājumu vai saskatot pozitīvu rīcību, kas radusies sanāksmes rezultātā, cilvēkos rodas ticība sev un vēlēšanās atgriezties. To var sekmēt pietiekama NVO līdzdalība un atbilstoša līmeņa ministriju pārstāvju līdzdalība, lai varētu atrisināt jautājumus.

Sanāksmju norise un vadīšana

Publiskajās sanāksmēs parasti nav iespēju runāt daudziem cilvēkiem. Iespējams, ka viņi ierodas ar samilzušām problēmām un sūdzībām, kuras, nerodot risinājumu, tiek atkal „aiznestas” mājās. Lai to novērstu, publiskās sanāksmes var veidot kā mācību sesijas,

ja iespējams, dalībniekiem iesaistoties semināru sesijās. Ja nav pietiekami daudz telpu un ir grūti paredzēt, cik telpu būs nepieciešams, grupas var izvietot zālē. Visbeidzot, cilvēkiem varētu dot laiku – minūtes 10 –, lai parunātos ar blakussēdētāju vai aizmugurē sēdošo.

Ja sanāksmē piedalās daudz cilvēku, ir grūti nodrošināt atgriezenisko saiti. Atkarībā no dalībnieku skaita var sagatavot pāršķiramo lapu tāfeles un izvietot rezultātus uz sienām. Katrai grupai var uzticēt trīs tai vissvarīgākos jautājumus, lai procesu būtu iespējams vadīt. Varētu katru grupu nodrošināt ar līmpapīriem, uz kuriem tās raksta komentārus, un pēc tam piestiprina līmpapīrus pie attiecīgā temata. Arī šajā gadījumā ir ērti izmantot pāršķiramo lapu tāfeles, jo lapas ir viegli paņemt līdzi. Ja līdzekļi atļauj, var izmantot elektroniskās balsošanas iekārtas, kas ļauj ikvienam izteikties par jautājumu, dažu sekunžu laikā saņemot viedokļu grafisku attēlojumu uz ekrāna. Šāda metode ir samērā dārga, parasti to izmanto, ja ir vairākas grupas un dalībnieku skaits ir vairāki simti cilvēku. Neraugoties uz to, datoriem kļūstot lētākiem un jaudīgākiem, kā arī uzlabojoties cilvēku datormaņām, pastāv iespējas ievadīt rezultātus tieši datorā, kas dod iespēju ātri pārbaudīt materiālu un nodrošināt atgriezenisko saiti uzreiz pēc pasākuma vai dažu nedēļu vai dienu laikā.

Vēl viena atgriezeniskās saites nodrošināšanas metode ir „sniega pikas” izmantošana. Šajā gadījumā kopējais skaits tiek sadalīts, piemēram, četrās grupās. Tās, savukārt, sadala mazākās grupas, lai tajās būtu, piemēram, pieci–septiņi cilvēki. Lejupejoša vai augšupejoša sadalījuma izvēli nosaka konkrētie apstākļi un tas, cik vienkārši ir sadalīt cilvēkus. Vismazākās grupas apspriež problēmjautājumu un tiek aicinātas paust vairākus viedokļus. Ir lietderīgi, ja grupas katrā stadijā izvirza kādu „runas vīru”. Katrs „runas vīrs” attiecīgi nodrošina atgriezenisko saiti ar nākamo lielāko grupu. Tātad varētu būt, piemēram, četras piecu cilvēku grupas, kurās kopā būtu 20 cilvēku. Viedokļu atkārtotāšanās un pārklāšanās tiek novērsta vai izmantota, lai veidotu jaunu konsolidētu sarakstu. Šīs grupas nodrošina atgriezenisko saiti ar savām galvenajām grupām utt. Apspriežu grupas nosēdināšana pie galdiem, vēršot skatu pret lielu auditoriju, parasti neveicina sekmīgu dialogu. Ja ir salīdzinoši mazs cilvēku skaits, krēslus vēlams izvietot aplī.

18. Atklātās dienas un izstādes (publisko sanāksmju alternatīva)

Iespējams, daudz labākas par publiskajām sanāksmēm ir atklātās dienas un izstādes, kad sabiedrībai tiek paredzēts ilgāks laiks pasākuma apmeklēšanai un attiecīgai izvēlei. Pasākumā var izmantot videoierakstus, slīdrādi, datorā veidotus grafikus vai informācijas standus. Komentārus var apkopot dažādi: piemēram, darbiniekiem iegrāmatojot būtiskos viedokļus publiski pieejamās komentāru kartītēs, kas tiek ievietotas balsošanas kastē.

19. Lietotāju diskusijgrupas

Apraksts

Pastāv vairāki nedaudz atšķirīgi, taču saistīti modeļi iedzīvotāju kā patērētāju iesaistīšanai lietotāju diskusijgrupās. No vienas puses, to varētu īstenot kā tirgus pētījumu, kas mērķgrupām varētu būt līdzīgs, taču koncentrējoties uz noteiktiem pakalpojumu lietotājiem. No otras puses, noteiktu skaitu iedzīvotāju var iesaistīt procesa izveidē un uzraudzībā. Šo dalībnieku līdzdalība būtu regulārāka nekā citu pārstāvju līdzdalība, un viņiem būtu lielākas tiesības piedalīties lēmumu pieņemšanas procesā. Process var atšķirties, piemēram, pēc tā, cik daudz informācijas tiek sniegts, pēc diskusijas veida, kā veidojas izvēle, vai un kā tiek pieņemti lēmumi. Lai gan ir iespējams „pārslēgties” no viena modeļa uz citu, kopējās izpratnes trūkuma dēļ var rasties juceklis un neapmierinātība. Arī diskusijgrupu var uzskatīt par pašas organizācijas veidojumu, un tā patiesībā arī var būt, tādējādi zaudējot ticamību. Tādēļ ir svarīgi no paša sākuma noskaidrot, kas tiek ierosināts, un aktīvi skaidrot to visām iesaistītajām pusēm, arī dalībniekiem.

Tāpat kā citos kvalitatīvos pētījumos, lietotāju diskusijgrupas ļauj sākt izpēti ar patērētāja perspektīvu, nevis uzdot noteiktus jautājumus.

Sākotnēji tiek uzklauti pakalpojuma lietotāju apsvērumi un prioritātes. Pēc tam tiek izvēlētas iesaistāmās personas, taču pārējās var sniegt provizoriskas norādes uz problēmām. Dalībniekus var izmantot arī provokatīvi, lai pārbaudītu pieņēmumus par to, kā pakalpojums darbojas, vai lai rastu idejas uzlabojumiem. Pirms lēmuma pieņemšanas par to, vai veidot diskusijgrupas, ir vērts apsvērt, vai jau neeksistē patērētājus pārstāvošas organizācijas.

Lietotāju diskusijgrupas veidošana. Priekšdarbi

Jums jālemj par diskusijgrupas mērķi un veidu. Vai tā ir paredzēta tirgus pētījumiem, konsultācijām vai dalībai? Agrīnajās konsultācijās ar politikas veidotājiem, apkalpojošo personālu un pārstāvju grupām var rasties noderīgas idejas, nodrošinot būtisku pamatu turpmākajām darbībām.

Mērķu izvirzīšana un kopsavilkums/instrukcija

Jau no paša sākuma jābūt skaidram uzdevuma formulējumam. Tas var būt vairāk vai mazāk detalizēts atkarībā no grupas mērķa. Uzdevums var būt ļoti specifisks, piemēram, noskaidrot iespējas, kā pilnveidot pakalpojumu, sākot no izpildes un pakalpojuma sniegšanas līdz tā uzlabošanai un attīstīšanai piešķirtā budžeta ietvaros. Būtu arī jānoskaidro, kas novērtēs diskusijas rezultātus, kad diskusijas tiks organizētas un kāda atgriezeniskā saite tiks nodrošināta diskusijgrupai.

Diskusijgrupas atlase. Galvenie kritēriji

Vēlamais dalībnieku skaits diskusijām, kurās ikviens var piedalīties, ir 6–8 cilvēki. Jums varētu būt nepieciešams lielāks dalībnieku skaits, lai iegūtu pietiekami plašu pārstāvību un/vai, ja jūs vēlaties grupā iekļaut vienu vai divas amatpersonas, lai uzklautu

viedokli no pirmavotiem. To jūs nekad nedarītu, strādājot ar koordinētām mērķgrupām. Cilvēku skaitam nevajadzētu pārsniegt 12, ja vien viņi netiek iesaistīti mazākās grupās, kas, savukārt, prasa daudz laika. Tas varētu būt veids, kā novērst nekārtības, kas rodas, runājot lielās grupās. Parasti var būt lietderīgi nolīgt vairāk cilvēku, nekā nepieciešams, lai nodrošinātu, ka ierodas pietiekams skaits cilvēku. Diskusijgrupas dalībniekiem būtu jāspēj un jāvēlas veltīt diskusijgrupai pietiekami daudz laika noteiktā laikposmā. Viņus var lūgt diskusijgrupā pavadīt vairākus gadus, taču laikposmam jābūt ierobežotam, tādējādi nodrošinot, lai viņi negūtu pārāk daudz informācijas un neizveidotos simpātijas pret uzņēmējorganizāciju. Viņiem jābūt gataviem runāt un izklāstīt savus viedokļus, lai gan lielākā daļa cilvēku to darīs, ja tiks nodrošināta atbilstoša vide un procesu attiecīgi sekmēs.

Diskusijgrupas atlase. Kā atlasīt dalībniekus

Diskusijgrupu var atlasīt attiecīgās patērētāju pārstāvju organizācijas un NVO, izmantojot reklāmu un ārējās konsultācijas. Atlasi daudzējādā ziņā nosaka veidojamās grupas nepieciešamā struktūra. Ja jums jau ir dalībnieku kopskaita saraksts, piemēram, pakalpojuma lietotāju saraksts vai vēlētāju saraksts, ko jūs esat iecerējis izpētīt, tad vieglāk būtu atlasīt pēc nejausības principa izvēlētos vārdus. Cita iespēja ir mērķgrupās izmantotais atlases veids.

Apmeklējuma veicināšana

Lai gan neliela finansiāla atbildība var sekmēt mērķgrupas apmeklējumu, šāds stimuls nebūs piemērots, ja dalībnieki piedalās iedzīvotāju statusā vai pārstāv kādu grupu. Taču var segt dalībnieku tiešos izdevumus.

Diskusijgrupas vadīšana

Atkarībā no diskusijgrupas mērķiem un tā, kā diskusijgrupa ir izveidota, organizācijai var būt priekšsēdētājs. Taču ir vērts apsvērt, vai tādējādi tiks palielināta ticamība un nodrošināta godīgāka un objektīvāka atgriezeniskā saite, ja piedalīsies neitrāls vadītājs. Tāpat arī neitrāla norises vieta var palīdzēt cilvēkiem justies brīvāk un sekmēt neatkarības sajūtu. Vecāko amatpersonu vai ministru dalība demonstrēs organizācijas / ministrijas uzticēšanos diskusijgrupai, kā arī nodrošinās atgriezenisko saiti ar pirmavotiem. Tāpat ir nepieciešams apsvērt, vai un kā jāpieraksta rezultāti, kā par tiem informēt politikas veidotājus, darbiniekus un galvenās ieinteresētās puses organizācijā vai ministrijā.

Ziņojuma sniegšana

Komentārs, kas visbiežāk tiek saņemts no personām, kuras ir iesaistītas jebkādā patērētāju vai pārstāvju diskusijgrupā vai forumā, – ir ļoti svarīgi sniegt atbildes uz jebkādiem jautājumiem nākamajās sanāksmēs vai ziņot par progresu. Sanāksmju piezīmju nosūtīšana visiem apmeklētājiem un, iespējams, arī tiem cilvēkiem, kas ir adresātu sarakstā, ir vēl viens veids, kā uzturēt kontaktus.

Izmaksas

Lielu daļu lietotāju diskusijgrupas izmaksu var veidot slēptie izdevumi, kas saistīti ar administratīvo un sekretāra darbu. Arī šie izdevumi jāņem vērā. Var rasties arī tiešās izmaksas, piemēram, norises vietas īre, reklāma un ar transportu saistītie izdevumi.

20. Problēmas diskusijgrupas

Problēmas diskusijgrupas tiek veidotas Amerikas Savienotajās Valstīs, lai veicinātu diskusijas un apspriedes nelielās iedzīvotāju grupās. Jautājumi un papildmateriāli tiek nogādāti nelielām grupām, kas bieži vien pārstāv civilās un izglītības iestādes, kā arī koledžām, universitātēm un bibliotēkām, un citām dalībnieku grupām.

Pastāv vairāki diskusijgrupu veidi. Viens no veidiem – 5–20 cilvēku pētījumu grupa, kas tiekas vairākas reizes. Citi forumi var tikt tikai vienu reizi. Diskusijgrupām ir apmācīts vadītājs, kas sekmē diskusiju norisi. Šīs metodes priekšrocība ir darbs ar jau iepriekš izveidotām grupām, kas ir stabilākas un ilglaicīgākas. Tās neveido, lai nodrošinātu pārstāvību, un tādēļ ir noderīgākas jomās, kur tā nav tik svarīga, piemēram, politikas veidošanā vai apspriedēs par jaunās politikas īstenošanu praksē. Domājot par to, kā ideju īstenot citā kontekstā, pastāv vairākas sociālās un izglītības grupas, kas varētu būt ieinteresētas apspriest plašu problēmjautājumu klāstu. Civilās organizācijas varētu būt ieinteresētas apspriest arī noteiktus politikas jautājumus, kas ir būtiski organizācijai.

21. Iesaistošās plānošanas modelis

Apraksts

Šajā metodē tiek interaktīvi izmantoti modeļi, bieži vien, lai ļautu sabiedrībai ietekmēt tādus problēmjautājumus kā plānošana, attīstība, vide, dzīvokļu celtniecība. Taču to var izmantot arī, lai apskatītu plašākus politikas jautājumus.

Kā modelis darbojas

Nozares 3D modeļa kopne par kādu jomu, pakalpojumu vai politiku ir veidota pietiekami plaša, lai detalizēti aplūkotu dažādus aspektus. Paraugoties uz modeli no malas, cilvēki var saskatīt iespējas, par kurām viņi līdz šim nav iedomājušies. Tiek nodrošinātas izvēles iespēju kartes, apmēram 250 priekšlikumu kartes, ietverot konkrēto politiku, pakalpojumu vai fiziskas plānošanas iespējas. Cilvēki var sakārtot un pārkārtot šīs izvēles iespēju kartes, lai izpētītu dažādus veidus, kā iegūt to, kas tiek prasīts.

Šo metodi var lietot visos iedzīvotāju un ieinteresēto pušu iesaistīšanas līmeņos.

22. Konsensa konference

Šajā gadījumā iedzīvotāju grupas tiek pulcētas kopā, lai uzklautu dažādu ekspertu viedokļus, kas mēģina panākt vienprātību. Tiek izveidota 10–20 cilvēku liela diskusij-grupa, pamatojoties uz saņemtajiem pieteikumiem. Grupai nav jābūt reprezentatīvai (atšķirībā no sabiedriskās novērtēšanas grupas). Tā divas nedēļas nogales pavada, gatavojoties un apgūstot nepieciešamās zināšanas, gatavojot jautājumus un apsverot, kādus vēl speciālistus vajadzētu pieaicināt. Viņi nosūta jautājumus speciālistiem, kuri sniedz rakstiskas atbildes. Noslēgumā notiek triju vai četru dienu profesionāli vadīta konference. Tajā tiek sniegtas atbildes uz jautājumiem un izskatīti svarīgākie jautājumi. Valsts organizācijām šī metode ir vispiemērotākā, ja pastāv sarežģīti profesionāli un zinātniski jautājumi, kas jāatrisina, piemēram, vides pārvaldības problēmas. Tipiskas vienas konsensa konferences izmaksas var sasniegt 40000–60000 eiro (Latvijā – 6000–12000 latu).

23. Iekšējs pārskats

Ja attiecīgajā darba vietā nav nodrošinātas nepieciešamās telpas, kā arī īpašā kompetence, ņemot vērā visus apstākļus, arī darbinieku laiku, parasti visrentablāk ir uzticēt veikt tirgus pētījumu speciālistiem. Taču dažreiz tas nav iespējams. Ja ministrija nolemj pati veikt pētījumu, jāņem vērā šādi apsvērumi.

Jautājumu veidošana

Pārliecinieties, ka tiek iesaistītas tās personas, kas izmantos informāciju. Sāciet ar politikas vispārīgajiem mērķiem un lielākajām problēmām, kas ar to saistītas, vai jomām, kurās ir vislielākais potenciāls uzlabojumiem. Parasti ir daudz jautājumu, kurus jūs varētu uzdot, tādēļ jākoncentrējas uz tiem, kas ir visbūtiskākie. Veidojot jautājumus, pārbaudiet katru jautājumu. Uzdodot jautājumu, jums jābūt skaidram priekšstatam, ko jūs darīsiet ar rezultātiem. Ja jums būs 60 % pozitīvu atbilžu, ko tas varētu nozīmēt? Kāda būtu atšķirība, ja pozitīvās atbildes sastādītu 20 %, 65 % vai 90 %? Šādu pārbaudi jūs varat veikt, izmantojot visu aptaujas anketu. Centieties iegūt visas aptaujas rezultātus kopumā. Kādus jūs tos sagaidāt? Šie jautājumi ir lietderīgi, lai novērtētu patiesos rezultātus. Pēc tam ir ļoti viegli teikt: „Tie vedina domāt, ka ..., vai ne?” Bet vai tieši to jūs bijāt paredzējuši? Galvenais jautājums – ko jūs darīsiet ar atbildi. Ar to, ka tā ir interesanta, nepietiek. Kā jūs rīkosieties?

Papildu ieteikumi, kas jāatceras:

- ❑ Esiet lakoniski. Cilvēkus var atbaidīt garas anketas. Esiet vienkārši. Cilvēki, kuriem anketas aizpildīšana sagādā problēmas, var „atmest ar roku”.
- ❑ Uzdodiet jautājumus tikai tadā gadījumā, ja jums ir reāla iespēja izmantot rezultātus.
- ❑ Veidojiet jautājumus pēc iespējas neitrālākus. Ja jūs dodat respondentiem ievirzi, ir maz ticams, ka atbildes būs nozīmīgas un noderīgas. Jūs arī riskējat ar to, ka viss process iegūs sliktu slavu. Izvairieties no divdomībām.
- ❑ Veidojiet pēc iespējas skaidrākus jautājumus, lietojot valodu, kuru respondenti saprot.
- ❑ Vienlaikus uzdodiet tikai vienu jautājumu. Ir pārsteidzoši viegli vienlaikus uzdot vairākus jautājumus. Ja jūs jautātu: „Vai jūs esat apmierināts, vai – kā jums šķiet – birojam jābūt atvērtam ilgāk?”, nav skaidrs, ko tas varētu nozīmēt, ja atbilde būtu „jā”.
- ❑ Esiet pēc iespējas konkrētāks. Tā vietā, lai jautātu, vai cilvēki ir apmierināti ar politiku vai pakalpojumu, kādēļ nepajautāt, vai viņus apmierina konkrētie politikas aspekti.
- ❑ Saglabājiet konfidencialitāti un nodrošiniet to respondentiem. Jūs padarāt pieejamu apkopotu informāciju, bet npublicējat neko, kas ļautu identificēt iesaistīto respondentu.
- ❑ Rūpīgi pārdomājiet noformējumu un izkārtojumu. Pārlicinieties, ka burtu izmērs ir pietiekami liels, lai būtu labi salasāms, īpaši tiem cilvēkiem, kuriem nav tik laba redze. Atstājiet pietiekami daudz vietas, kur ierakstīt atbildes. Norādiet atpakaļadresi, ja tās ir jānosūta, nevis tās tiek savāktas. Norādiet kontaktpersonas vārdu un tālruna numuru, ja apmaksātā aploksne, kas nosūtāma atpakaļ, ir nozaudēta vai ir citi jautājumi.
- ❑ Izmēģiniet anketu. Ideāli būtu nosūtīt to mazai dalībnieku izlasei, pie kuras jūs gatavojaties vērsties. Parasti pietiek ar 10–15 cilvēkiem. Lūdziet viņu komentārus par to, cik saprotami viņiem likās anketas jautājumi, cik daudz laika aizņēma aizpildīšana utt. Jūs varat daudz uzzināt arī no tā, kā tiek atbildēts uz jautājumiem. Vai jūs varat tos kodēt un analizēt? Vai atbildes ir nozīmīgas? Vai jautājumi nav pārprasti? Neaizmirstiet attiecīgi pārstrādāt anketu, ja tas ir nepieciešams.

Analīze

Nenovērtējiet pārāk zemu analīzei nepieciešamo laiku, īpaši, ja jūs vēlaties pamatīgi izpētīt datus. Ja vien tā nav pārāk vienkārša anketa, kurā nav daudz atbilžu, vai to neveido atvērtas atbildes, nevis iepriekš kodēti jautājumi, ir vērts analīzei izmantot datoru. Ir pieejamas speciālistu izstrādātas paketes, kurām ir tā priekšrocība, ka tās ir veidotas noteiktam uzdevumam. Taču, ja vien jūs neplānojat tās izmantot regulāri, varbūt nav vērts veltīt laiku apgūstot, kā tās darbojas. Kopēja datu bāze un izklājlapu paketes pārsvarā var izpildīt visu, kas tiek prasīts, taču uzstādīšana prasa zināmu laiku. Tagad tās bieži vien nodrošina ar vispārīgām statistikas funkcijām, un ir maz ticams, ka tiks prasīts kaut kas vairāk. Taču ir nepieciešamas zināšanas statistikā, lai tās varētu lietot. Parasti analīze sastāvēs no atbildēto jautājumu skaita un procentu noteikšanas. Jums ir jāsaprot un jāskaidro, kas ir procentuālā rādītāja pamatā, piemēram, attiecīgā jautājuma respondenti vai visi, kas iesnieguši aptaujas anketu.

Jūs varat arī rādīt šķērstabulas, kur matrica atspoguļo viena mainīgā rezultātus attiecībā pret otru mainīgo, piemēram, rādot katras grupas gandarījuma līmeni. Un jums atkal jāsaprot, kas ir katra procentu rādītāja pamatā, piemēram, vai tas ir visas noteiktās vecuma grupas vai visa kopskaita rādītājs. Ir svarīgi saprast, ko jūs mērāt, un cik ticami ir šie dati. Vienas personas izpratne par to, kas ir „ļoti svarīgs”, var atšķirties no citas personas uzskatiem. Ja cilvēki tiek lūgti novērtēt savu viedokli – cik vēlams ir priekšlikums par konkrēto politiku, – ar skaitli „pieci” norādot vēlamāko, rezultāts ar norādi „četri” nebūt nav rezultāta divreiz divi reizinājums. Jums arī jāuzmanās no ļoti maza atbilžu skaita uz kādu jautājumu, kad rezultātus visticamāk ietekmē nejaušība. Nebūtu pareizi apgalvot, ka 75 % no tiem, kas apmeklēja publisko sanāksmi, uzskatīja prezentāciju par lielisku, ja tie bija trīs cilvēki no četriem, kas apmeklēja minēto sanāksmi.

24. Apaļā galda semināri

Apraksts

Semināros ir iesaistīti galvenie politikas spēlētāji (ieskaitot ieinteresētās NVO), kas rada politikas vīziju un stratēģiju relatīvi īsā laikā. Šī metode ir iecerēta kā ilgtermiņa iniciatīvas daļa, kurai jārada pārmaiņas. Metode palīdz izklāstīt idejas un perspektīvas dalībniekiem no citām organizācijām, veidojot konsensu un identificējot konflikta jomas, kas būtu turpmāk jāapsver. Apaļā galda metode tuvina cilvēkus, lai apspriestu kopīgus problēmjautājumus un prāta vētras rezultātā radītu idejas, kā darboties, lai aktivizētu dalību.

Kā tie darbojas?

Seminārs var ilgt pusdienu, bet ideālā variantā tas veido sistēmas daļu, kas norisinās mēnesi. Katra nākamā sanāksme balstās uz iepriekšējās rezultātiem. Semināru mērķis ir veidot attiecības starp dažādām ministrijām, NVO un citiem politikas sektoriem. Dalībnieki tiek izvēlēti no valdības, NVO un citām ieinteresētajām pusēm. Lai nodrošinātu

galveno personu ierašanos un autoritatīvus secinājumus (ja, piemēram, jāmaina prioritātes), izmanto ielūgumus. Katrs seminārs var būt veltīts vienai tēmai vai vairākām tēmām. Dalībnieki, kuri bieži vien iepriekš nav instruēti, tiek nosēdināti vienā telpā pie atsevišķiem galdiem – 7–10 personas pie viena galda. Lai izvairītos no hierarhijas, tiek izmantoti apaļie galdi. Cilvēki tiek izvietoti pie galdiem, nodrošinot dažādu dalībnieku atrašanos pie viena galda. Katram galdam ir noteikts problēmjautājums vai tēma, kas interesētu dalībniekus no dažādām NVO un organizācijām. Tas nodrošina jaunu cilvēku sastapšanu, kas pārstāv dažādas jomas.

Pasākums sākas ar īsu ievadu, kurā tiek izklāstīts pasākuma konteksts un mērķis. Mērķim ir trīs galvenās daļas:

- 1) Speciālistu prezentācijas – maksimums – viena stunda. Tās sniedz tehnisku informāciju un situācijas analīzi, kā arī citas atziņas, lai palīdzētu radīt jaunas idejas un metodes.
- 2) Apaļā galda diskusijas – pusotra stunda. Prāta vētra par problēmjautājumiem vai tēmām. Dalībnieki uzraksta idejas uz līmpapīriem, kurus uz pāršķiramo lapu tāfeles sagrupē ziņotājs, nodrošinot, lai katrs komentārs būtu pierakstīts paša dalībnieka vārdiem, nevis ziņotāja protokolēts.
- 3) Pirms īsas noslēguma sesijas var sekot diskusija un jautājumi. Rezultāti parasti tiek iekļauti projektā, par kuru dalībnieki un citas personas var sniegt komentārus.

Nepieciešamie resursi

Cilvēki

Konsultantus galvenokārt izmanto sākotnējā organizēšanā un instruktāžā. Pasākumi jāvada un dalībnieki jāiepazīstina ar kopsavilkumu. Ideālā gadījumā katram galdam ir sasaucējs un ziņotājs. Tiek izvēlēti speciālisti, lai varētu sniegt būtisku informāciju, izmantojot attēlus, kā arī vārdus, lai stimulētu radošo domāšanu.

Norises vieta

Ideāli, ja norises vieta būtu neitrāla – liela telpa ar galdiem un sēdvietām. Galdi jānovieto tā, lai tie netraucētu diskusijas norisi.

Izmaksas

Izmaksas parasti sastāda 5000–6000 eiro (Latvijā – 800–3000 latu) par pasākumu un aptuveni 15000–25000 eiro par vairākiem pasākumiem (Latvijā – 1500–9000 latu).

25. Nākotnes pētījumi

Tās ir darbības, kas veido atšķirīgu cilvēku grupu (arī NVO un individuālo iedzīvotāju) kopīgu vīziju. Nākotnes pētījumu konference ir veids, kā organizācijai vai ministrijām, kuras strādā ar NVO, radīt kopīgu vīziju par nākotnes politiku. Pētījumos iesaista daudzas ieinteresētās puses, kas tiek izvēlētas, jo tām ir informācija par tēmu vai tās ietekmē rezultāts. Ideālā gadījumā ir 64 cilvēki, kuri veido astoņas ieinteresēto personu grupas. Tās var piedalīties ļoti strukturētā, divarpus dienu ilgā procesā, kurš ir sadalīts piecos posmos:

1) Darbība

Katrs dalībnieks uzraksta galvenos notikumus politikas, reģiona un valsts vēsturē trīs paralēlās laika līnijās.

2) Esošās situācijas izpēte

Tiek veidota milzīga „ideju karte“, kurā tiek atspoguļotas tendences, kas ietekmē politiku, valsti vai reģionu. Ieinteresēto personu grupas identificē nopietnus problēmjautājumus un to risinājumus. Katra grupa pauž viedokli par to, kas politikā, reģionā vai valstī ir labs vai slikts.

3) Ideāla nākotnes scenārija izstrāde

Nelielas jauktas grupas rada vīzijas, identificē šķēršļus. Katra grupa prezentē savu vīziju pārējiem.

4) Kopīga redzējuma noteikšana

Vispirms mazās grupas, tad visa grupa kopā noskaidro, kas ir kopīga vīzija, kādus potenciālus projektus tā varētu iegūt, un jebkādas neatrisinātas nesaskaņas.

5) Rīcības plānu sagatavošana

Pašu izveidotas rīcības grupas plāno projektus un nodrošina darbības publicitāti. Galvenā pazīme – paši grupas dalībnieki ir eksperti. Ir koordinatori, bet nav citu ekspertu. Mazā grupā uzsvars ir uz pašpārvaldi.

Viss tiek rakstīts un attēlots uz pāršķiramo lapu tāfeles. Ir vērts apsvērt turpmākos pētījumus, ja sponsororganizācijā ir ietekmīgi cilvēki. Pastāv vai var pastāvēt rīcības grupa, kas pārstāv politikas vai izskatāmā jautājuma visas puses.

Resursi

Cilvēki

Pasākumā ir nepieciešams vismaz viens koordinators un partnergrupa, lai varētu iepriekš plānot un uzaicināt cilvēkus.

Norises vieta

Nepieciešama pietiekami liela telpa, lai varētu uzņemt 64 cilvēkus, izvietojot tos pa astoņiem pie viena galda, un būtu pietiekami daudz vietas prezentācijām un stendiem.

Izmaksas

Budžets parasti sastāda apmēram 3000–50000 eiro (Latvijā – 500–25000 latu). Lielākā daļa pasākumu var izmaksāt 8000–14000 eiro (Latvijā šobrīd netiek veikti šādi pētījumi).

26. Vadītie redzējumveidošanas pasākumi

Šajos pasākumos tiek izmantots scenārijs. Tā mērķis – aizvest grupu iedomātā ceļojumā nākotnē. Tas ir viens no veidiem, kā uzzināt, ko iedzīvotāji patiesībā vēlas un kādas ir reālās pašreizējo problēmu alternatīvas. Minētos pasākumus var piemērot un izmantot dažāda lieluma grupām, tos ir viegli protokolēt, iekļauties ierobežotā laikā – vienā vakarā, pusdienā – un piekļūt cilvēku slēptākajiem sapņiem un cerībām, kurās viņi bieži vien nedalās ar citiem. Pasākumus var izmantot lielam skaitam cilvēku, ja ir pietiekami daudz koordinatoru un telpu. Nav nepieciešami pārāk lieli resursi, arī norises vietai neuzstāda īpaši augstas prasības. Jāņem vērā, ka redzējumveidošanas pasākumi parasti ir iekļauti garākā programmā, un, lai dalībniekus iedvesmotu darbībai, redzējumveidošanas laikā īpaši svarīgi izvairīties no pārtraukumiem. Vadītā redzējumveidošanā ir šādi posmi:

1) Vietas izveide

Koordinators rada brīvu atmosfēru, stāstot dalībniekiem, kas notiks, un strādā ar grupu, lai vienotos par grupas darbības pamatprincipiem. Tie ir konfidencialitāte, nepieciešamība nebūt vērtējošiem un aicinājums cilvēkiem klausīties viena otru. Zināms laiks tiek veltīts, iepazīstoties viena ar otru un apspriežot pašreizējo situāciju.

2) Kur mēs pašreiz atrodamies?

Tiek veikts īss pašreizējo problēmu un tendenču attēlošanas vingrinājums.

3) Vadīti redzējumveidošanas pasākumi

Koordinators palīdz grupai atbrīvoties un justies ērti, tad lasa scenāriju, kurā ir ietverts ceļojums nākotnē. Tad koordinators lēni runā par dienu indivīda dzīvē, sākot ar pamošanos un beidzot ar iešanu gulēt. Diena tiek interpretēta individuāli, lai izvairītos no koordinatora ietekmes un nepieļautu, ka koordinators piešķir stāstījumam personīgās vērtības vai pieņēmumus.

Koordinators lēni lasa redzējuma veidošanas scenāriju, paredzot pietiekami daudz laika, lai cilvēki varētu radīt savu nākotnes vīziju. Tas prasa apmēram 15 minūtes. Tad koordinators lēnām „atved” dalībniekus atpakaļ tagadnē un pārbauda, vai visi ir atgriezušies. Tiek veikti pasākumi, lai aizsargātu dalībniekus procesa laikā

un nodrošinātu tos pret iespējamām sekām, kas varētu rasties redzējumveidošanas pasākumā, piemēram, piekļūstot parasti slēptajām domām vai saskatot nākotnes negatīvos aspektus. Jāuzsver, ka dalībnieki tiek aicināti radīt pozitīvas vīzijas.

4) Aprakstīšana un protokolēšana

Dalībnieki paši pieraksta savas iedomātās vīzijas. Tad viņi dalās savās nākotnes vīzijās ar citu personu, pēc tam – ar nelielu grupu, pierakstot būtiskākos elementus uz līmlapiņām. Tās tiek izstādītas, lai radītu kolektīvu vīziju.

5) Rīkošanās

Koordinatori palīdz dalībniekiem spert pirmos soļus savu vīziju īstenošanā, iesaistot tos projektā.

Vadīti redzējumveidošanas pasākumi ir plaši lietoti, īpaši izglītībā. Dalībnieku skaits var atšķirties, sākot ar nelielām grupām un beidzot ar 160 cilvēkiem un vairākiem koordinatoriem.

Nepieciešamie resursi

Cilvēki

Koordinatoram, kurš vada pasākumu, ir nepieciešama pieredze koordinēšanā un redzējuma veidošanā. Tāpat ir svarīgi, lai blakus būtu citi pieredzējuši koordinatori.

Norises vieta

Ērta, silta, plaša, pievilcīga, klusa telpa ar dabisko apgaismojumu. Katrai nelielai grupai ir nepieciešama sava telpa un koordinatori.

Izmaksas

Minimālas, ja neskaita koordinatora laiku un norises vietas izmaksas.

27. Atvērtā telpa

Apraksts

Atvērtā telpa ir ļoti demokrātiska metode, kas ļauj neierobežotam cilvēku skaitam pašam radīt diskusiju programmu par galveno tēmu. Tā ir īpaši efektīva, jo ir ļoti aktīva dalība, mācīšanās un vēlme rīkoties. Atvērtās telpas metode ir ļoti elastīga, un tai ir nepieciešama minimāla organizācija. To var izmantot gandrīz jebkuram cilvēku skaitam, un parasti tā ilgst no vienas dienas līdz trijām dienām. Atvērtā telpa darbojas īpaši efektīvi, ja ir kāds steidzams jautājums, kura risināšanai nepieciešama ātra rīcība. Tiek iesaistītas lielas un dažādas grupas un risināti sarežģīti un, iespējams, konfliktējoši jautājumi. Atvērtā telpa nav piemērota, ja ir jau skaidra rīcības programma vai kāds vēlas kontrolēt sanāksmi vai pasākumu (jo ir jau nodrošināta pietiekama izpildes pārbaude pēc pasākuma).

Kā vadīt atvērto telpu

Visi dalībnieki nostājas aplī, kas ir cilvēces komunikācijas pamats, un tiek lūgti identificēt problēmjautājumus, kas saistās ar politiku, par kuru viņi interesējas un vēlas uzņemties atbildību. Viņi uzraksta visus savus problēmjautājumus uz papīra lapas un norāda savu vārdu, sakot: „Mans problēmjautājums ir ... Mans vārds ir ...”. Katra persona paziņo tēmu, par kuru tā vēlas sasaukt semināra sesiju, un uz sienas pielīmē savu lapiņu no sagatavotās semināriem pieejamo laiku un norišu vietu matricas. Tas turpinās tik ilgi, kamēr visas tēmas ir izsludinātas. Tad visi sapulcējas pie sienas un parakstās pie tēmām, kuras viņi vēlas apspriest. Notiek sesijas.

Rezultāti tiek pierakstīti un dažkārt ievadīti datorā. Tiek rīkota pēdējā plenārsēde, kas arī notiek aplī un ilgst vairāk nekā vienu dienu. Visa grupa sanāk kopā katras dienas sākumā un beigās, radot kopības izjūtu un forumu jaunumiem un paziņojumiem. Ziņojums par visām sesijām ir pieejams, kad dalībnieki atstāj pasākumu vai drīz pēc pasākuma. Grupas bieži pārsniedz darba formālās robežas un vēlas turpināt strādāt kopā arī pēc atvērtās telpas pasākumiem. Var sekot īpaša rīcības plānošana. Atvērtās telpas metode tiek izmantota ar veselības aprūpi saistītajā jomā, universitātēs un daudzās vietējās pašvaldībās. Visā pasaulē ir bijuši desmitiem tūkstošu šādu pasākumu – piemēram, Dienvidāfrikas ciematos un ASV Meža dienestā. Pasākumi ir efektīvi, ja tajos iesaista, sākot ar pieciem cilvēkiem līdz vairāk nekā tūkstoš cilvēkiem.

Nepieciešamie resursi***Cilvēki***

Viens koordinators parasti ir viss, kas nepieciešams pat vairāku simtu cilvēku lielam pasākumam. Taču koordinēšana ir ļoti būtiska, lai pasākums izdotos. „Rokas nost” pieejai ir nepieciešams attiecīgs temperaments un pieredze. Koordinators praktiski vada atklāšanas un noslēguma sesijas, izskaidrojot procedūru un pamatprincipus, un tad atkāpjas, „cik tālu vien iespējams”.

Norises vieta

Pietiekami liela telpa, lai visus varētu nostādīt aplī, un – ideālā gadījumā – mazākas telpas diskusiju grupām.

Budžets

Parasti atvērtās telpas metodes izmaksas ir attiecināmas uz norises vietu un atspirdzinājumiem, kas var būt nepieciešami, kā arī minimāliem izdevumiem par kancelejas precēm un, iespējams, koordinatora algu.

Rīcības plānošana

Tā ietver rūpīgi strukturētus sadarbības pasākumus, kuros visi attiecīgās politikas sektori strādā cieši kopā ar dažādu jomu speciālistiem, lai risinātu īpašus jautājumus. Darbības plānošana ir īpaši piemērota pilsētu plānošanas un fiziskās plānošanas jautājumiem, piemēram, noteiktu reģionu vai apkārtnes reģenerācijas stratēģijām, īpašu

vietu attīstības stratēģijām un specifisku problēmu risinājumiem, piemēram, satiksmes sastrēgumiem. Parasti pasākumus vada ieinteresētā sabiedrība. Tos koordinē vairāku disciplīnu komanda – parasti 10–15 cilvēku ar plašu pieredzi politikas jomā. Komandas locekļi var būt arī no pilnīgi citas jomas, tādējādi nodrošinot jaunu un neatkarīgu skatījumu. Parasti pasākumi ilgst 4–5 dienas, taču var ilgt arī vienu nedēļu vai vairākas nedēļas. Pasākuma laikā komanda veic šādas darbības:

- 1) Galveno ieinteresēto pušu sniegta instruktāža: svarīgākās NVO, ieinteresētie iedzīvotāji un politiķi.
- 2) Politikas vai problēmjautājumu darbības aspekti.
- 3) Tematiski semināri (pieejami ikvienam).
- 4) Plānošanas semināri (pieejami ikvienam).
- 5) Prāta vētra.
- 6) Analīze un sintēze.
- 7) Ziņojuma prezentācija un priekšlikumi.

Pieejami ikvienam. Publicēts ziņojums par priekšlikumiem parasti ietver organizācijas struktūru un rīcības aspektus. Bez tam var būt īpaši pasākumi, kas jāorganizē specifiskām ieinteresēto pušu grupām. Sagatavošanās aktivitāte pirms pasākuma un noslēguma pasākums arī ir būtiski vispārīgajā rīcības plānošanas procesā. Parasti semināros piedalās un atgriezenisko saiti sniedz 150–300 cilvēku, taču ir notikuši arī lielāki pasākumi, kuros iesaistīti vairāk nekā tūkstoš cilvēku.

Nepieciešamie resursi

Cilvēki

Vietējā rīcības grupa, lai koordinētu un veiktu ar pasākumu saistītos papildu pasākumus, un vairāku disciplīnu komanda, lai tos koordinētu.

Norises vieta

Galvenās prasības – liela telpa prezentācijām, semināru telpas, darbnīcu telpas, administrācijas birojs. Telpām jāatrodas plānotajā rajonā.

Budžets

Vidējās izmaksas sastāda 20000 eiro, tajā skaitā profesionālo organizatoru algas. Pasākumus var īstenot arī ar mazāk nekā 10000 eiro, nodrošinot citu atbalstu. Lieli, profesionāli organizēti pasākumi var izmaksāt vairāk par 60000 eiro (Latvijā – 4000–10000 latu).

Lietotie termini

❑ Fokusgrupas (arī fokusa grupas, fokusa grupu diskusijas)

Socioloģijā un tirgus izpētē plaši izmantota izziņas metode. Parasti tā ir 8–10 īpaši atlasītu cilvēku grupa, kas diskutē par kādu specifisku tematu. Diskusiju vada profesionāli apmācīts vadītājs – moderators, kura galvenais uzdevums ir rosināt visus diskusijas dalībniekus aktīvi paust savu viedokli par apspriežamo tematu, neļaujot novirzīties sarunai ārpus konkrētā temata. Fokusgrupu diskusijas gaita parasti tiek fiksēta audioierakstā vai videoierakstā. Fokusgrupu diskusijas ilgums ir 90–150 minūtes.

❑ Kvalitatīvās metodes

Empīriskās izpētes metodes sociālajās zinātnēs, piemēram, fokusgrupas, dziļās intervijas. Metožu pamatā ir neformāls dialogs vai diskusija ar nelielu cilvēku grupu, kurā respondentiem ir iespējas brīvi un nepiespiesti izteikt savu viedokli par kādu specifisku tematu vai problēmu. Atšķirībā no kvantitatīvajām metodēm tajās netiek izmantoti formalizēti jautājumi. Kvalitatīvo pētījumu rezultāti nevar tikt izmantoti statistiskai analīzei.

❑ Kvantitatīvās metodes

Empīriskās izziņas metodes sociālajās zinātnēs, piemēram, sabiedriskās domas aptaujas un dažādu mērķgrupu aptaujas. Pētījuma norisē tiek iesaistīts relatīvi liels cilvēku skaits, parasti no 100 līdz 1000 respondentiem. Visiem pētījuma dalībniekiem tiek uzdoti vieni un tie paši jautājumi, vairumam jautājumu tiek pievienoti arī atbilžu varianti. Pētījuma rezultāti, izmantojot dažādas statistiskās analīzes metodes, tiek apstrādāti elektroniski.

❑ Sabiedriskās domas aptaujas

Plaši izmantota kvantitatīvās izpētes metode, kas palīdz noskaidrot sabiedrības viedokli par dažādiem vispārīgas dabas jautājumiem. Tajās piedalās salīdzinoši liels respondentu skaits – parasti no 500 līdz 1500 respondentiem. Sabiedriskās domas aptaujās tiek atspoguļoti dažādu sociālo un demogrāfisko grupu uzskati. Rezultāti reprezentē visas sabiedrības uzskatus.



World Bank Group