



## *Vietas iedzīvotāju iesaiste kopienas piederības apziņas veidošanā: stratēģija un idejas*

Autors: Lolita Ozoliņa  
2021.gads

|   |    |
|---|----|
| SITUĀCIJA UN GALVENIE RISKI .....             | 2  |
| IDENTIFICĒTĀS MĒRĶA GRUPAS .....              | 2  |
| VIETRADES PIEEJAS IEGUVUMI .....              | 5  |
| VIETRADES PROCESA GALVENIE IZAIČINĀJUMI ..... | 5  |
| GALVENIE SECINĀJUMI UN REKOMENDĀCIJAS .....   | 10 |

Vietējās rīcības grupas – biedrības “Partnerība „Daugavkrasts” – kapacitātes stiprināšana tiek veikta nolūkā attīstīt jaunu funkciju – **pilsoniskās sabiedrības sadarbības aktivizēšanu un pārstāvniecību Ķekavas novadā**. Šī nodevuma mērķis ir izstrādāt piedāvājumu, kas ietver **Ķekavas novada iedzīvotāju kopienu uzrunāšanas un iesaistes stratēģijas un pieejas idejas, lai veidotu un attīstītu vietas identitāti un piederības apziņu**. Kopienas identitātes veidošanas mērķis ir radīt iesaistošu, vienojošu un ilgtspējīgu vietējo kopienu attīstību vienotajā Ķekavas un Baldones novadā.

Ķekavas novads pēdējo 20 gadu laikā ir pieredzējis divas administratīvi teritoriālās reformas. Pēc reformas 2021. gada 1. jūlijā Ķekavas novadā iekļaujas arī Baldones pilsēta un pagasts, līdz ar to šobrīd Ķekavas novads sastāv no piecām teritoriālajām vienībām - Ķekavas pagasta, Daugmales pagasta, Baložu pilsētas un Baldones pilsētas un Baldones pagasta. Novada centrs – Ķekavas pagasts. Novada teritorija – **443,91 km<sup>2</sup>**. Novada iedzīvotāju skaits – **24 631** iedzīvotāji<sup>1</sup>.

### **Situācija un galvenie riski:**

- Ņemot vērā Administratīvās teritorijas reformu, **paplašinātā Ķekavas novada identitāte ir arvien neskaidrāka vai nav vispār skaidra**.
- Ķekavas novadā darbojas **62 nevalstiskās organizācijas (NVO)** – **liels skaits un potenciāls iedzīvotāju kopienu iesaistei**. Darbības fokuss, galvenokārt, uz kultūras, amatiermākslas, izglītības, sporta, aktīvā dzīves veida popularizēšanu, mazāk pārstāvētas – uzņēmējdarbības un vietrades jomas. Kopumā ļoti sadrumstalota NVO aina, kas balstīta projektu īstenošanā, bez tīklošanās un kopienas iesaistes (brīvprātīgie).
- **Publiski nav pieejama vienota informācija par visu aktīvo NVO darbību, mērķiem, biedriem, projektiem, t.sk. sociālie tīkli un grupas**.
- Ķekavas novada **iedzīvotāju blīvums ir ļoti nevienmērīgs**, kas ir saistīts ar vietu vēsturisko un ekonomisko attīstību. Šāda iedzīvotāju izvietojšanās un telpiskā struktūra signalizē par ļoti atšķirīgu identitātes un piederības izpratni un attīstību. Vēl jo vairāk par efektīvu informācijas aprites un tīklošanās nepieciešamību.
- Pieņemums – **ir spēcīgi jāskaidro kopienas jēdziens, loma un iesaistes nozīme vietas identitātes attīstīšanā**. Maz izteikta iedzīvotāju iesaistes kultūra.
- Ir vairāki paplašinātā Ķekavas novada izaicinājumi, piemēram, infrastruktūras trūkums, nav izveidots sociālais kapitāls un nav veikta ainavisko vērtību novērtēšana, sadrumstalota NVO darbība, taču ir industriālas teritorijas mantojums un tā attīstības iespējas.
- Iezīmējas jaunienācēju savrupi, *hipsterīgi* – urbāns dzīves stils, kas “pacieš” un labi sadzīvo ar novada industriālo vidi.
- **Izteikta mazdārziņu-vasarnīcu teritorijas un kultūras pārstāvniecība novadā**, kas kļuvusi par pastāvīgām, bet ne deklarētām, dzīvesvietām.
- **Nav iedzīvotāju kopienas fiziskas telpas**.
- Finansējuma un investīciju piesaistes problēmas.

### **Identificētās mērķa grupas:**

- Primārā mērķa grupa ir esošie Biedrības “Partnerība Daugavkrasts” biedri.

---

<sup>1</sup> Centrālās statistikas pārvaldes dati, 2021.gada sākums: <https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/iedzivotaji/iedzivotaju-skaits/247-iedzivotaju-skaits-un-ta-izmainas?themeCode=IR>

- Ķekavas novada iedzīvotāju mazās interešu un iniciatīvu grupas, to viedokļu līderi, jaunieši, seniori, jaunienācēji – iedzīvotāju kopienas (ne tikai teritoriālās, bet arī vecumposmu, dažādas rīcības aktivitātes līmeņa sociālās grupas).
- NVO spēlētāji Ķekavas un tuvējās apkaimēs (aktīvie/ pasīvie, interešu mērķi un darbības virzieni).
- Ķekavas novada pašvaldība.

Vietas piederības attīstības stratēģijas kontekstā ir jāņem vērā, ka paplašinātā novada sociālo grupu vietas identitātes izpratne var sakņoties negatīvajos uzskatos (stereotipos), attieksmē (aizspriedumos) un uzvedībā (diskriminācijā), kam var būt gan vēsturiska, gan politiska izcelsme.

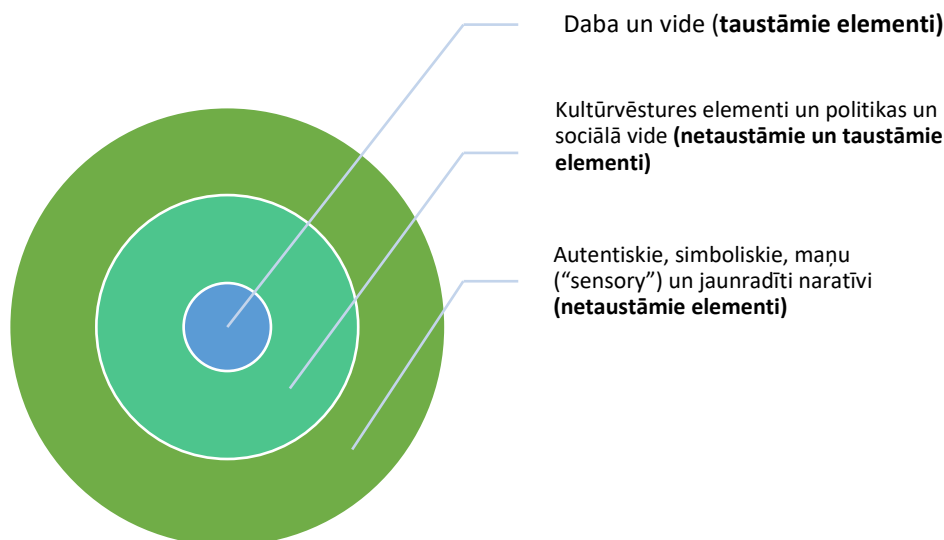
**Ķekavas novada iedzīvotāju kopienas vietas piederības stratēģijas izstrādes pamatā ir divi savstarpēji saistīti projekti: vietas identitātes stāstu apzināšana un vietrade.**

**Identitāte ir stāsts par to, kas mūs vieno ar līdzcilvēkiem, un vienlaikus identitāte ietver arī konfliktējošu nozīmi – to, kas mūs atšķir no citiem.**

Identitātes apzināšanās ir mūsu attiecības ar kopienu, ar vietu, kurā mēs dzīvojam. Katrs no mums dzīvo ar virkni potenciāli pretrunīgu identitāšu, kuras daļēji kultivē dažādi mīti un stereotipi, kas mūsos cīnās par ietekmi un nosaka mūsu attieksmi: esmu piederīgs vai nepiederīgs, savējais vai citāds, tuvs vai tāls. Vietas vērtības, kultūra, atmosfēra, paši cilvēki, stāsti, simboli, mīti, leģendas, vietai raksturīgā daba un infrastruktūra ir tās identitāti raksturojošie lielumi, kuru uzskaitījums potenciāli var būt bezgalīgs, un līdz ar to tie ir arī vietas piederību veidojošie elementi. Koncentrējoties uz vienu no identitāti raksturojošajiem elementiem, mēs izvirzām priekšplānā jeb “identificējamies” ar noteiktām, vēlam, unikālām un autentiskām vērtībām. Identitāte nav tik caurspīdīga vai uzreiz nosakāma, kā tas varētu šķist. Iespējams, tā vietā, lai domātu par identitāti kā jau pabeigtu faktu, tās veidošana ir jāuztver kā ”process”, kas nekad nav pabeigts, vienmēr atrodas kustībā un vienmēr tiek veidots sociālās reprezentācijas ietvaros. **Vietas kopienai ir izšķiroša un būtiska loma vietas piederības reprezentēšanā un iedzīvināšanā.** Kopiena ir sociāli konstruēts jēdziens ar vairākām nozīmēm, taču galvenās iezīmes, kas to raksturo, ir kopīga identitāte, vietas sajūta, attiecību veidošana ar vidi un līdzcilvēkiem, un viennozīmīgi – kultūra. Vietas kopienas nosaka ne tikai ģeogrāfiskā vieta, kopīgas intereses un mērķi, bet arī tās motivācijas un iesaistes līmenis kopīgi nedefinētu mērķu realizēšanā un līdzdalība ilgtspējīgas vietas identitātes stiprināšanā. Vietas identitāti nosaka vairāki savstarpēji saistīti, mijiedarbībā esoši taustāmi (no angļu valodas “tangible”) un netaustāmi (no angļu valodas “intangible”) elementi, pieredzes elementu kopums, kas ir raksturīgs katrai vietai. Lielā mērā vietas identitātes elementu identificēšana un stiprināšana sasaucas ar vietas (šajā gadījumā – novada) attīstības stratēģiskajiem mērķiem un izvirzītajām prioritātēm. Jāatzīmē, ka vietas un iedzīvotāju mijiedarbības procesa pamatā ir pašreflektīvas attiecības – es izprotu (sajūtu) savu vietu, un vieta nosaka (rada) mani (citāts no angļu valodas: “The relationship between people and place is a circular, self-defining process. I make sense of my place and my place redefines me.”)<sup>2</sup>. Vietas identitātes elementu nedefinēšanas process ir primārais uzdevums ceļā uz vietas kopienas piederības veidošanu, kurā ir jāiesaista visas vietā ieinteresētās mērķgrupas, šajā procesā izmantojot pieeju “no apakšas uz augšu”.

<sup>2</sup> Richardson, J. (2019). *Place and Identity. The Performance of Home*. New York: Routledge.

Attēls Nr. 1. Vietas identitātes elementu lauki



Attēlā Nr. 1 ir shematiski attēloti vietas identitāti veidojošo elementu lauki, kas katrs ietver vietas piederības mērķtiecīgas attīstības saturu. Vietas identitātes kodolu lielā mērā nosaka vietas ģeogrāfiskais, klimata, dabas un vides raksturojums. **Dabas un vides elementi** ir vietai raksturīgā daba, ainavas, dabas resursi, bioloģiskā daudzveidība, ģeogrāfiskā atrašanās vieta, klimats un kopīgā dzīves telpa.

**Kultūrvēsturisko, politisko un sociālo elementu** lauku veido kultūrvēsturiskais mantojums, sākot no arhitektūras, kultūrvēsturiskiem objektiem un pieminekļiem un beidzot ar tradīcijām un pieredzēm, kas tiek mantotas un tādējādi praktizētas. Nozīmīgs šo elementu kopas saturs ir kultūras, izglītības, t. sk. mūžizglītības, sociālo un veselības aprūpes pakalpojumu pieejamība un attīstība. Ar politiskajiem elementiem saprot vietvaras politiskās kultūras un līderības līmeni, kā arī ar vietas kopienas raksturojumu un sadarbības modeli, kas sekmē virzību uz atvērtas, iesaistošas un līdzatbildīgas sabiedrības attīstību.

Vietas identitāti, vietas sajūtu vai piederību vietai lielā mērā vieno **simboliskie elementi** – ar vietu saistīti mīti, mitoloģiski tēli, leģendas, nostāsti, tradīcijas, rituāli, zīmīgi vēsturiski notikumi, personības un to atstātais mantojums. Mīti ir sastopami teju katrā jomā, katrā sabiedrībā un kopienā. Mīti ietekmē mūsu piederību vietai, kopienai, kā arī pašrefleksiju par sevi. Pašrefleksivitāte lielā mērā ir saistīta ar identitātes konstruēšanu. Veidojot jaunu vietas identitāti un to simbolizējošās zīmes, tās var ietvert arī kultūrvēsturiskā mantojuma pieredzi, lai materializētu ar vietu saistītus mītus un ideoloģijas naratīvus. Līdz ar to mītus, valodu un citus kultūras fenomenus var uztvert kā likumiem līdzīgas attiecību sistēmas, ko it īpaši, vietas kopienas piederības attīstības kontekstā – veidot savas vietas kopienas mītus.

Noslēdzot vietas identitātes tēmu, jāmin tās praktiskie ieguvumi: pirmkārt, iedzīvotājiem ir augstāka lojalitāte pret savu vietu vai novadu, otrkārt, iedzīvotāju kopienai raksturīga saliedētība, kopīgas intereses un pašvaldības attīstības problēmu apzināšanās, gatavība īstenot iniciatīvas, spēja pašorganizēties, paaugstināts sociālās aktivitātes līmenis un tiekšanās stiprināt vietas identitāti.

**Vietrade (no angļu valodas “placemaking”)** ir alternatīva vietas pārvaldības forma, kuras mērķis ir decentralizēt un demokratizēt vietas pārvaldību, attīstību un plānošanu.

Vietrades centrālais aspekts ir dažādu primāro mērķgrupu iesaistīšana plānošanas procesā, īpaši attiecībā uz vietas identitātes elementu apzināšanu, iesaisti vietas piederības stiprināšanā un aktivitāšu organizēšanā.

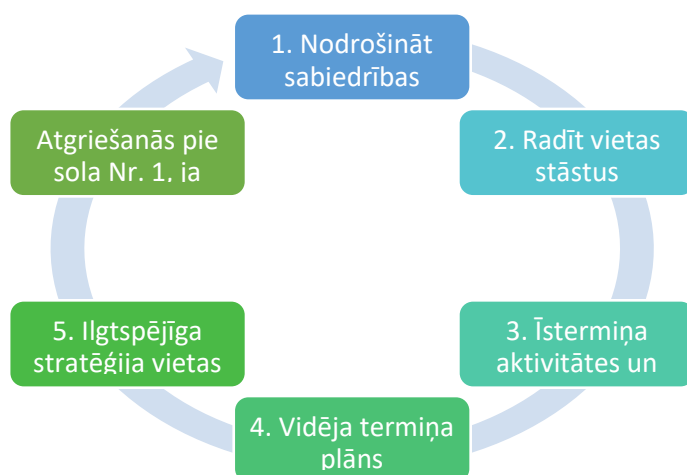
### Vietrades pieejas ieguvumi:

1. **Jaunveidotas ģeogrāfiskās teritorijas iepazīšana un apzināšanās**, īpaši pārmaiņu procesos.
2. **Kopienas līdzdalība** radošos vietrades projektos, kuru modeļa pamatā ir vietējās kopienas iesaiste, kā arī plašāks ieinteresēto personu tīkls. Līdzdalība nodrošina atbildības uzņemšanos par iesāktajiem projektiem.
3. **Starpnozaru partnerība** – viens no noteicošajiem faktoriem vietas piederības projektu īstenošanā privātajās un publiskajās telpās. Atvērtāka un stratēģiski pamatota sadarbības forma starp pašvaldību, NVO, uzņēmējiem un citām ieinteresētām mērķgrupām.
4. **Platforma vietas identitātes stāstu un vērtību** veiksmīgai pieredzei un kopdarbam.
5. **Fokusēšanās uz noteikta ģeogrāfiskā apgabala vietradi**, kas ir nozīmīga telpa vai vieta visai kopienai, piemēram, kvartāls, apkaime, centrs, tikšanās vieta, kurā var koncentrēt aktivitātes. Vietas un vai telpas izvēle vai noteikšana arī ir vienots kopienas lēmums.

### Vietradi procesa galvenie izaicinājumi, kas ir jāapzinās:

1. **Sociālā vienlīdzīguma nodrošināšana** nelabvēlīgām vai “citādi” uztvertām iedzīvotāju grupām, kas ir novada iedzīvotāji, taču dažādu iemeslu dēļ ir kļuvuši margināli, atstumti, neiesaistīti.
2. **Iekļaušanas procesa sarežģītība**: kas ir noteicošie motīvi iesaistīties, ieguldīt ne tikai laiku, bet arī apsvērt un izmantot visus pieejamos resursus kopienas mērķu īstenošanā? Resursu izmantošanas izsekojamība, rezultāta novērtējums un kopīgo ieguvumu apzināšanās.
3. Ar vietrades procesu saistītā **vadība un līderība**: spēja veidot attiecības un sadarboties dažādās nozarēs (pašvaldība, bezpeļņas organizācija, kopiena, uzņēmējdarbības sektors); izpratnes demonstrēšana un apņemšanās ievērot vietas daudzveidību un vērtības; spēja mobilizēt sabiedrību; spēja nodrošināt mākslas, kultūras, radošo industriju, uzņēmējdarbības vidi pārstāvošo vadītāju aktīvu līdzdalību un spēja piesaistīt finansiālu atbalstu no publiskā un privātā sektora.
4. Viens no vietrades raksturojošiem aspektiem ir **“dari pats”** (no angļu valodas “do it yourself”) process, kura sekas var būt neplānotas un spontānas, padarot vietrades procesa vadību īpaši izaicinošu.

Attēls Nr. 2. Vietrades process



Attēlā Nr. 2 ir atspoguļoti vietrades procesa pieci soļi, kas iezīmē vietas piederības veidošanas stratēģiju:

1. **solis:** identificēt, aktivizēt un iesaistīt galvenās ieinteresētās personas un/vai mērķgrupas. Šajā posmā ir svarīgi izveidot vietrades stratēģisko vadītāju – deleģētu NVO, vietu pārstāvju kopību, kas arī tiek izvēlēta projekta publiskā izsludināšanā un kam ir pārstāvniecība lēmumu pieņemšanā. Jāveic mērķu, uzdevumu un sagaidāmo rezultātu nodefinēšana, to apspriešana no visu iesaistīto partneru skatupunkta. Attiecībā uz iedzīvotāju iesaistīšanu vietas kopienas aktivitātēs (jādomā par efektīvāko uzrunas formātu!) svarīgi ir 3 jautājumi: 1) Ko tu vēlies attīstīt/izveidot/saglabāt savā vietā 2) Vai tu vēlies iesaistīties? un 3) Cik lielā mērā tu iesaistīsies? Būtiski ir piedāvāt iesaistes risinājumus, lai var identificēt dažādus iedzīvotāju iesaistes līmeņus, piemēram, zinātājus, varētājus, darītājus, analizētājus, runātājus utt. Ideāls šī soļa rezultāts: izveidotas vairākas darba grupas, kurām ir vienots mērķis, taču dažādi risinājumi šī mērķa sasniegšanai.
2. **solis:** nodefinēt vietas stāstu apzināšanas un izvērtēšanas ietvaru. Ietvara pamatā var izmantot vietas identitātes elementu laukus, lai uzsāktu stāstu apzināšanu par vietai raksturīgo dabu, mājām, cilvēkiem, ieskaitot to, kas šo vietu padara īpašu un atšķirīgu no citām, kas ir tas, ko vajadzētu saglabāt un attīstīt. Stāstījumi var būt pamats gan atsevišķiem vietrades projektiem, dizaina objektiem un telpām, gan arī vietas piederības stratēģiskiem virzieniem. Lai nodrošinātu atvērtu un objektīvu vietas stāstījumu izvērtēšanu, ir jāsniedz iespēja pašiem stāstītājiem līdzdarboties projektā. Stāsti ir runātas, rakstītas, vizuālas liecības (zīmējumi, ilustrācijas, fotogrāfijas, video utt.), priekšmeti un paši cilvēki. Vietai raksturīgu stāstu apzināšanas procesā ir jāņem vērā, ka identifikācija ar vietu primāri tiek skatīta no individuāla skatupunkta, asociēta ar mājām, un pēc tam vispārināta, tverta attiecībās ar kaimiņiem, pagastu utt. Skatīt attēlu nr. 3.
3. **solis:** nodrošināt regulāru un iesaistošu projekta komunikāciju un ar to saistītas aktivitātes. Tā nav vienvirziena komunikācija, bet gan maksimāli redzama un visas identificētās novada mērķgrupas sasniedzīga. Tādēļ viens no šī soļa uzdevumiem ir izveidot un elastīgi paplašināt komunikācijas saskarsmes punktus un tīklojumu. Komunikācijas mērķu sasniegšanā liela nozīme ir mērķgrupu viedokļu līderu un komunikācijas instrumentu apzināšanai (1. solis). Būtiski ir ieplānot pasākumus un/vai aktivitātes, kas ir saistītas, piemēram, ar vietas stāstu apzināšanu, iespēju iepazīties ar stāstiem un pašiem stāstītājiem. Aktivitāšu un pasākumu mērķis ir iesaistīt vairāk cilvēku, papildināt un attīstīt stāstus, tādējādi labāk iepazīstoties ar dažādajiem viedokļiem un vienlaikus – ar vienojošajiem vietas identitātes aspektiem. Katra aktivitāte un pasākums ir jāpiefiksē fotogrāfijās, video formātā, ja tas ir iespējams. Mutvārdu komunikācija ir zelta vērtē! Šis solis ir jāuztver kā vietas identitātes stratēģijas virzienu izstrādes starposms, kurā katra publiska aktivitāte ir vērstā ilgtspējīgas stratēģijas izstrādes virzienā.
4. **solis:** vidēja termiņa un ilgtermiņa plānu un vīziju izveide un īstenošana. Šajā plānošanas posmā liela nozīme ir projekta vadītājam/organizācijai/kopībai un mērķtiecīgi vadītām aktivitātēm, piemēram, mērķgrupu fokuss grupu diskusijām. Vidēja termiņa un ilgtermiņa plāni tiek izstrādāti, pamatojoties uz iepriekš apzinātajiem un izvērtētajiem stāstiem. Plānošanā ir arī jāiekļauj risinājumi un priekšlikumi, kas tika izvirzīti 3. solī.
5. **solis:** uzturēt un sekmēt vietrades centienus un nepārtraukti izvērtēt situāciju. Ideālā gadījumā vietrades procesu nevajadzētu aplūkot no standarta projektu perspektīvas ar atšķirīgu sākumu un beigām – šis ir nepārtraukts process. Lai novērtētu vietas

piederības ilgtermiņa stratēģijas attīstību, ir jāuztur aktīva komunikācija un iesaistes aktivitātes ar vietas mērķgrupām.

Attēls Nr. 3. Vietas un iedzīvotāju attiecību modelis



**Vietrades procesu raksturo četri tipi: standarta, stratēģiskā, radošā un taktiskā vietrade.** Šo tipu praktiska pielietošana ir atkarīga no problēmas un/vai stratēģiskā mērķa, kas ir jāīsteno. Tipus var izmantot atsevišķi, pakāpeniski un/vai paralēli, atkarībā no iepļānotās vietas piederības projekta īstenošanas resursiem un iespējām.

| PROBLĒMA   | RISINĀJUMS   | IEGUVUMI  |
|--|--|---|
| <b>Standarta vietrade</b>  |  |   |
| Neesoša vai ierobežota telpa/vieta kopienas socializēšanās aktivitātēm (apmaiņa ar zināšanām, kompetencēm, veiksmes un pieredzes stāstiem), fiziskām aktivitātēm (pārgājieni un fiziskas aktivitātes dabā, koprades telpa, radošu iniciatīvu realizēšana) vai ekonomiska potenciāla nepietiekama neizmantošana (piemēram, tūrisma produkti). | Iedzīvotāju kopienas, uzņēmēju, NVO sadarbības aktivizēšana, izmantojot līdzdalības platformas (interneta/klātienas diskusijas) prioritāšu noteikšanā un projekta izstrādē. Iesākumā var būt vienošanās par kopīgiem mērķiem vietrades kontekstā, kas saistīti ar īstermiņa un/vai vidēja termiņa mērķiem. | Labāk mazāka apjoma, bet kvalitatīva projekta realizēšana, kurā ir sajūtama kopienas iesaiste un gandarījums. Vitāla, dinamiska, jēgpilna vide un telpa, kurā ir iespējams socializēties un pilnveidoties, kopumā kalpo kā pozitīvas pieredzes piemērs tālākajiem soļiem. |
| <b>Stratēģiskā vietrade</b>  |  |   |

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p>Radīt Ķekavas novadu pievilcīgu vietā ieinteresētajām mērķgrupām, piemēram, darba vietu pieejamības veicināšana (nodarbinātības mērķis), iedzīvotāju talantu un kompetenču attīstība (izglītojošais mērķis), kopienas sadarbība un tīklošanās (vietas piederības mērķis), mūsdienīga infrastruktūra (ekonomiskais mērķis).</p>  | <p>Vienošanās par kopīgiem stratēģiskiem attīstības mērķiem un prioritātēm (piemēram, shematisku vietas attīstības plānu, skat. attēlu Nr. 4). Plānošanas procesā maksimāli iesaistīt iedzīvotāju kopienas: ne tikai publiskajā apspriešanā, bet arī ideju un pakalpojumu dizainēšanā.</p>  | <p>Iespējams, šis ir laikietilpīgāks un sarežģītāk vadāms process, tomēr tas veicina dziļāku izpratni par vietrades daudzpusību. Bez tam var raisīties atziņas par dažādajām kompetencēm, ko var piedāvāt iedzīvotāju kopienas.</p>   |
| <b>Radošā vietrade</b>   |   |   |
| <p>Pamatā izaicinājumu un mērķu īstenošana notiek, izmantojot mākslas, kultūras un citu radošo jomu idejas un līdzekļus. Piemēram, radošā kvartāla izveide, koprades telpas izveide, kurā katram iedzīvotājam ir jārada savs vietas identitātes apliecinājums, kopprojekti un kopdarbi, kuros var iesaistīt dažādu paaudžu un sociāli demogrāfiskā profila iedzīvotājus.</p> | <p>Ko nozīmē “radošums” Ķekavas novadā? Šis jēdziens ir jāapzina un jāizmanto vietas piederības aktivitāšu organizēšanā, kur iespējami dažādi formāti. Piemēram, projekts “Atklātais stāsts” (a la “Atklāta vēstule”, pateicoties duālai vārda nozīmei – atklāt no jauna un atklāt visiem), kurā var palepoties ar savas dzimtas saknēm, hobijiem, mītiem, nebaidīties atklāt stereotipus par savu vietu kaimiņnovada iedzīvotājiem. Apzināt radošās personības – vēsturiskās un mūsdienu, kas ir dzīvojušas un radījušas novada ietvaros. Papildinātās realitātes principa pielietojums palīdz vizualizēt savu apkaimi pēc pārmaiņām. Citas idejas: “Mītu dienas” organizēšana Ķekavā, Babītē, Baldonē u. c. vietās, lai apkopotu vispopulārākos ar vietu saistītos mītus. “Izstaigāt Ķekavas novadu!” – vides/dabas/vietas iepazīšanas pasākumi, kuru maršrutus sagatavo katras vietas NVO vai citi aktīvisti un aicina kaimiņus iepazīt pat, iespējams, trakākos un marginālākos objektus. Zīmīgi tēmturi, radoši objekti, ko izmantot sociālajos tīklos, fiziskā vidē, kas var kļūt par virtuālā satura tēmu.</p> | <p>Iedvesmo un motivē parādīt savu varēšanu. Iespējams, sākotnēji jāiniciē ideju konkursi dažādās mazākās kopienās – NVO, uzņēmumos, jauniešu un skolēnu mērķgrupās. Vienmēr var vienoties par pašsaprotamām tēmām: mājas, daba, vide, dzīvestelpa, ko uzlabot, attīstīt, sakārtot.</p> |

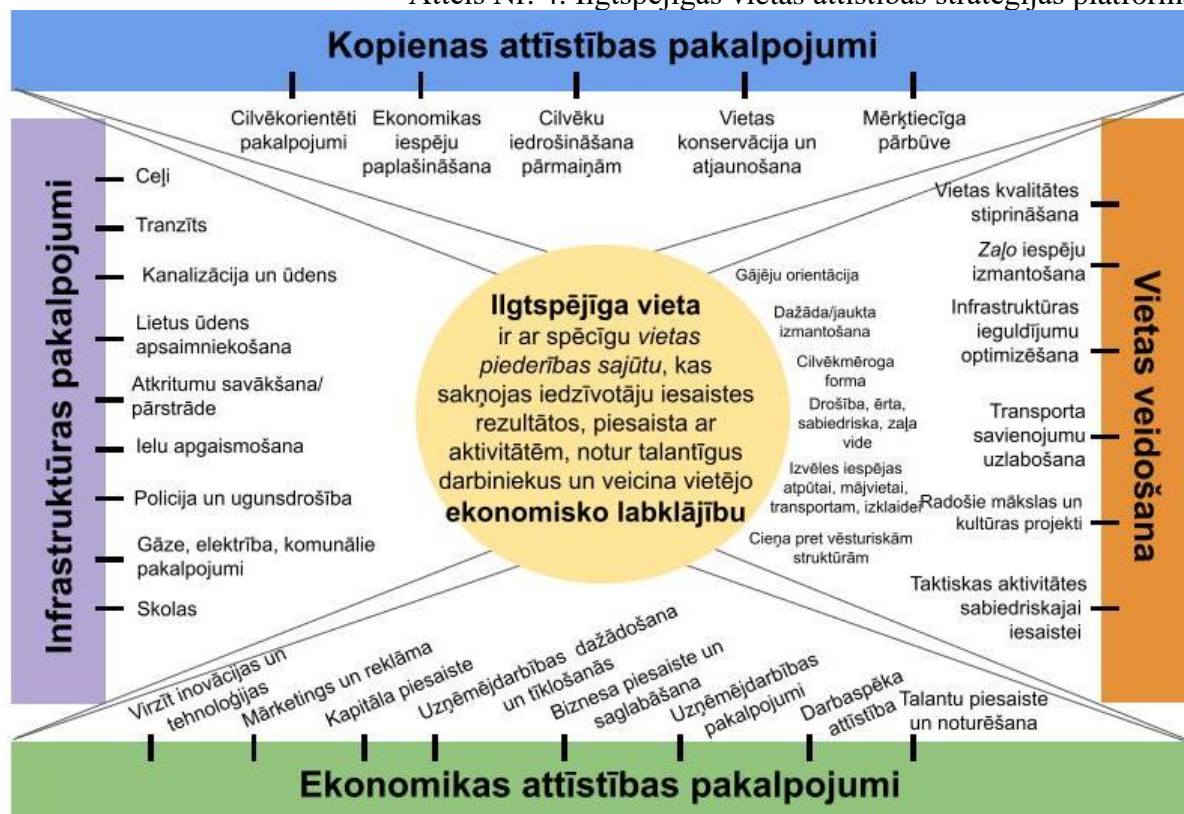


| Taktiskā vietrade   |  |   |
|---|--|---|
| Dažādi, iespējams, sākotnēji niecīgi uzlabojumi un iniciatīvas, piemēram, pašvaldības pakalpojumu sniegšanas procesa, sadarbības formu attīstības, informācijas aprites kontekstā vērā ņemtas iedzīvotāju kopienas idejas un ieteikumi. Piemēram, iedzīvotāju ideatoni ar mērķi veidot savu apkaimi kopā! | Sākotnēji var tikt veikta iedzīvotāju vai atsevišķu mērķgrupu aptauja, kurā noskaidroti ne tikai aktuālākie jautājumi, bet arī iesaistīšanās gatavība un prognozētais piensums. Pakalpojumu prototipēšana, kurā tiek iesaistīti dažādu ieinteresēto mērķgrupu pārstāvji. | Regulāra komunikācija par paveikto un uzlabojumiem, jūtama aktivitāte un darbošanās kopienu iesaistes virzienā. |

Ar kādā vietām, personībām novedos lepojas (Pierīgas 44 organizāciju pārstāvju no 16 novadiem pētījums)

- **Baldone** - Kūrvietas mantojums, Baltā pils, sēravots, vannu māja, Barons Levens, Mercendarbes muiža.
- **Babīte** - ar iespēju dzīvot tuvu Rīgai, bet dabā. Ložmetējkalns un militārais mantojums.
- **Mārupe** - ar iespēju te dzīvot. Švarcenbergu muiža, Ūdenstornis.
- **Ķekava** - baznīcas, ūdenstorni, Napoleonu kari, Garlībs Merķelis, Kūdras purva bānītis.

Attēls Nr. 4. Ilgtspējīgas vietas attīstības stratēģijas platforma<sup>3</sup>



<sup>3</sup> Definition of Placemaking: Four Different Types By Mark A. Wyckoff, FAICP, Professor, MSU Land Policy Institute

## Galvenie secinājumi un rekomendācijas:

- 1) Vienoties par Ķekavas novada attīstības stratēģiskajiem mērķiem, prioritātēm un rīcības virzieniem. *Pārliecināties par NVO sektora lielāku iesaistes un līdzdalības iekļaušanu novada attīstība stratēģijā.*
- 2) Izveidot NVO sektora kontaktpunktu, sadarbībā balstītu informācijas aprites tīklojumu ar citām apkaimes iedzīvotāju kopienām, biedrībām, kas jau darbojas un ir izveidojuši vietas piederības un dzīvesvietas kvalitātes attīstības satura un iesaistes projektus, piemēram, Biedrība “Mežinieku apkaimes attīstībai” un Biedrība ”Bānīša Draugu klubs”, lai nostiprinātu Biedrības “Partnerība Daugavkrasts” leģitīmu pārstāvniecību pilsoniskās sabiedrības sadarbības attīstīšanā, saskaņot sadarbības iespēju un labo prakšu pieredzes apmaiņu.
- 3) Ņemot vērā Administratīvās teritorijas reformu, novada identitāte ir arvien neskaidrāka, pie kam 20% aptaujāto (44 organizāciju pārstāvji no Pierīgas 16 novadiem) uzskata, ka novadā nav kopienas. Ir jāskaidro kopienas jēdziens, loma un iesaistes nozīme vietas identitātes attīstīšanā.
- 4) Radīt atvērtu vidi un instrumentus iedzīvotāju tikšanās un tīklošanās iespējām, kā arī ar citu kopienu pārstāvjiem, šādi sniedzot papildu pievienoto vērtību, kompetenci un atpazīstamību Biedrībai “Partnerība Daugavkrasts”.
- 5) Veikt Pierīgas novadu vietas identitātes labās prakses piemēru apzināšanu, identificējot un apkopojot labās prakses piemērus, kas sekmējuši un var sekmēt vietu identitātes stiprināšanu un attīstību.
- 6) Izstrādāt un ieviest Biedrības “Partnerība Daugavkrasts” skaidru pozicionējumu, iekļaujot jaunās funkcijas - pilsoniskās sabiedrības sadarbības attīstīšanā un pārstāvniecības Ķekavas novadā vēstījumu stratēģiju, atbilstoši Biedrības mērķiem, vērtībām, misijai un vīzijai. Attiecīgi, iedzīvināt jauno pozicionējumu Biedrības primārajos komunikācijas kanālos – mājaslapā un Facebook lapā. Nodrošināt pieejamu informāciju par Biedrību novada pašvaldībā un citos sadarbības partneru komunikācijas kanālos.
- 7) Apzināt un apkopot informāciju ne tikai par Ķekavas novada un piekļaujošo teritoriju NVO sektora pārstāvjiem, bet arī mazās iedzīvotāju kopienas, iniciatīvu grupa, Facebook grupas, kuras vieno apdzīvotās vietas, piemēram, Baložu, Plakanciema, Dzērumu, Daugmales u.c. vietu iedzīvotāju ikdienā risinājumi jautājumi, aktualitātes, notikumi, vajadzības, problēmas utt.
- 8) Primārā mērķgrupa ir esošie Biedrības “Partnerība Daugavkrasts” biedri. Sekundāri Ķekavas novada iedzīvotāju mazās interešu un iniciatīvu grupas, to viedokļu līderi. Terciārā mērķgrupa esošie NVO spēlētāji Ķekavas un tuvējās apkaimēs.
- 9) Identificēt iedzīvotāju interešu un iniciatīvu grupas, kopienu aizmetņus un galvenās ieinteresētās personas un/vai viedokļu līderus, to uzrunāšanas komunikācijas kanālus, izveidojot publiski pieejamu aptauju – pirmo uzsaukumu iesaistīties Biedrības “Partnerība Daugavkrasts” aktivitātēs.
- 10) Pieņemot, ka Ķekavas novada iedzīvotāji vēlas dzīvot “laukos ar lielpilsētas ērtībām”, aptaujas mērķis noskaidrot iedzīvotāju mikro ikdienas vajadzības, identificēt dzīvesvietas nelabvēlīgās vietas jeb vietas, ar kurām nelepojas: objektus, ielas, ainavas utt., ko varētu attīstīt un noskaidrot pašu iedzīvotāju gatavību iesaistīties Biedrības “Partnerība Daugavkrasts” aktivitātēs.
- 11) Diezgan skaidri iezīmējas vairākas Ķekavas novada problēmas, piemēram, nav infrastruktūras, nav izveidojies sociālais kapitāls, nav izteiktu ainavisko vērtību, sadrumstalota NVO darbība, taču ir industriālas teritorijas mantojums, Ķekavas “vistu” ražošanas dzīves daļa un tradīcijas. Proaktīvi meklēt sadarbības iespējas ar novada

tūrisma, NVO nozaru pārstāvjiem (t.sk partnerībām, gidjiem, interešu grupām u.c.). Valsts un pašvaldību pārziņā esošu tūrisma objektu iesaiste novada tūrisma produktu klāsteros, kā arī to iesaistīšana citu apkārtnes tūrisma produktu reklamēšanā.

- 12) Iezīmējas jaunienācēju savrups, taču hipsterīgi-urbāns dzīves stils, kas “pacieš” un labi sadzīvo ar industriālu vidi. Nav iedzīvotāju kopienas fiziskas telpas “Sarunu un koprades telpas” (no angļu valodas “Talking Houses” vai “Talking Spaces”) , jautājums, kur tāda atrastos un vai pietiek ar virtuālu telpu?
- 13) Saziņā ar iedzīvotājiem var jau ieskicēt, pirms tam vienojoties Biedrības ietvaros, vietas piederības virzieniem un tēmām: a) savas dzīvesvietas stāstu apzināšana, izmantojot vietas identitātes elementu laukus (skat. attēlu Nr. 1) un rosināt atklāt individuālu stāstus. Šis var būt arī skolēnu izglītības projekts, intervēt savus vecākus, vecvecākus, apkopot fotoliecības par vietas un cilvēku mijiedarbību; b) vietrade, apzinot un identificējot savas mājas, apkaimes, novada ilgtspējības potenciālu un konkurētspēju, tai skaitā, fokusējoties uz priekšlikumiem un idejām, kas skar pilsoniskās sabiedrības sadarbības aktivizēšanu un kopienu attīstību Ķekavas novadā (skat. attēlu Nr. 4). c) vietas piederības projekta vizuālās identitātes (logotips), saukļa idejas un izstrādes priekšlikumi. Mērķis izstrādāt vidēja un ilgtermiņa vietas piederības izstrādes plānu.
- 14) Izstrādāt regulāru un līdzdalību nodrošinošu vietas piederības projekta (aktivitāšu) izstrādes un komunikācijas plānu. Pārliecināties, ka arī paša projekta gaitas publisku atspoguļošanu, publicitāti un iespēju iesaistīties – izteikt viedokli, piedāvāt sadarbību utt.
- 15) Uzturēt un sekmēt vietas piederības veidošanas centienus un nepārtraukti izvērtēt situāciju, uzturot aktīvas komunikācijas, saliedēšanas un iesaistes aktivitātes ar nedefinētajām mērķgrupām un ieinteresētajām personām.