

LUCIA



Projekta LUCIA partneru gūtā pieredze replikācijas pasākumu īstenošanā un ieteikumi tā pilnveidei

Iepirkuma nosaukums un numurs, kura ietvaros tika sneiegts pakalpojums:

Projekta LUCIA ietvaros gūtās pieredzes un izstrādāto risinājumu izplatīšanas potenciāla apzināšana Baltijas jūras reģionā, ID.Nr.: T/RPR/2019/LUCIA-21

Kristīne Vībane, kristine.vibane@ack.lv

Adrija Kindzule, adrija.kindzule@ack.lv

Galvenie uzdevumi

01

Iepazīties ar projekta laikā gūto pieredzi un rezultātiem.

02

Aprakstīt projekta laikā iegūto pieredzi un identificēt izstrādāto risinājumi izplatīšanas potenciālu.

03

Sniegt ieteikumus veiksmīgai rezultātu izplatīšanai.

04

Pirmais melnraksts–
19. februārī

05

Gala ziņojums– 23.
aprīlī

Izmantotās metodes



Daļēji strukturās intervijas ar Projekta partneriem(11) – jautājumi par pilotvietu, komunikāciju, atgriezenisko saiti, iesaistītajām institūcijām;



Strukturēti informācijas pieprasījumi– aktivitāšu matrica, iesaistīto pušu matrica;



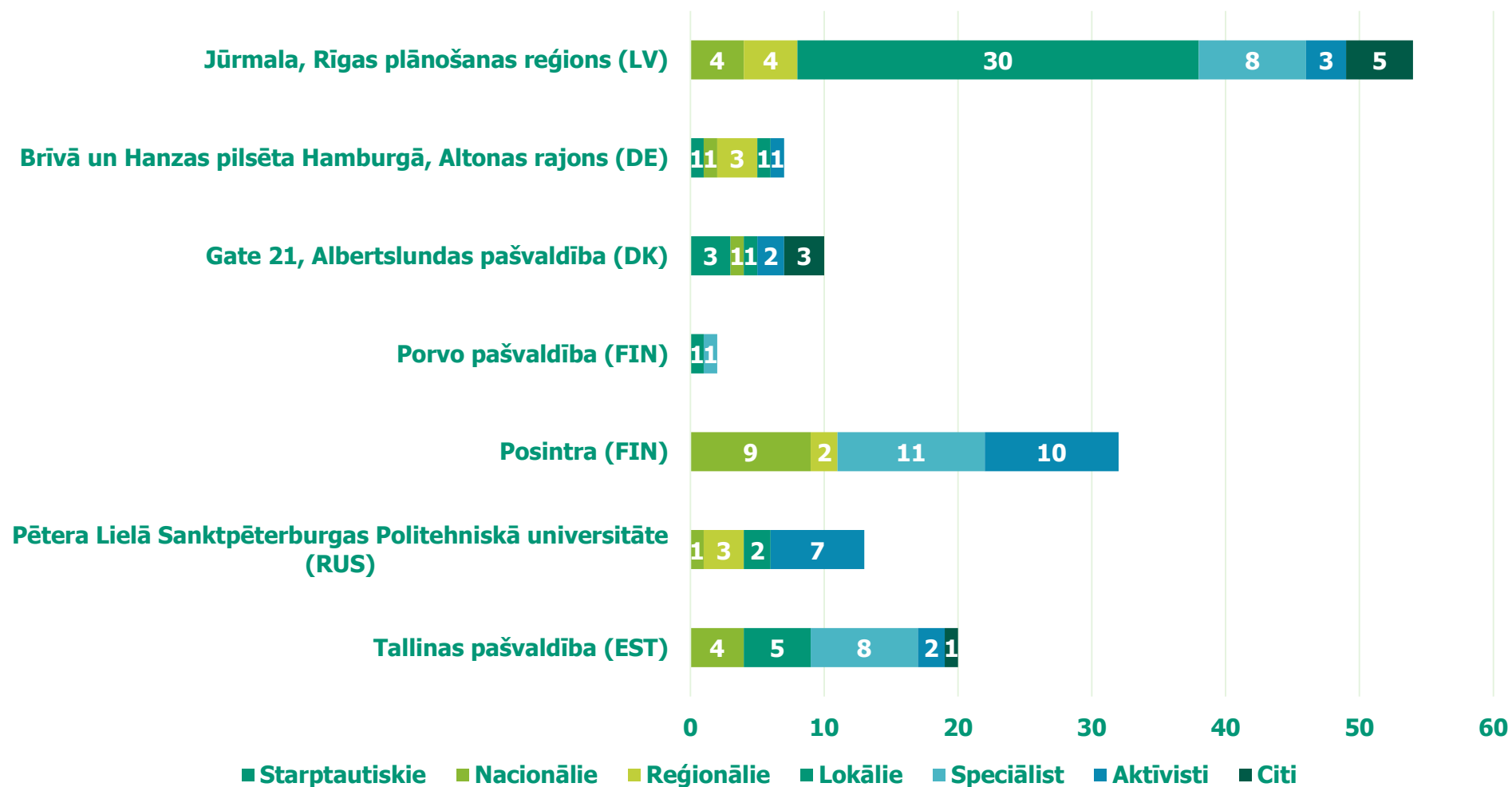
Dokumentu analīze– dokumenti un materiāli LUCIA projekta ietvaros.



Koprades seminārs– Diskusija un koprade labākai replikācijai.

Datus	Valsts	Intervētie pārstāvji
09.12.	Igaunija	Eva Tallo
10.12.	Dānija	Sif Enevold
10.12.	Latvija	Ieva Šponberga
15.12.	Somija	Topi Haapanen
17.12.	Vācija	Heike Bunte Tommi Vollman Nikolas Fink Renate Jurgesa
18.12.	Igaunija	Alvar Kurell Yannick Le Moullec
05.01.	Somija	Yolanda Potrykus Enni Flykt Elina Leppänen
05.01.	Francija	Mark Burton-Page
06.01.	Krievija	Yury Nurulin
12.01.	Latvija	Sabīne Skudra Ilgvars Francis Sanita Paegle
25.01.	Zviedrija	Lars Ocklund

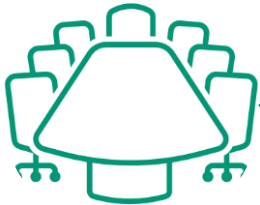
Iesaistīto pušu matrica



Populārākās aktivitātes



Aptaujas – iedzīvotāju;
par dizainu, pieejamību
un citiem aspektiem;



Darbsemināri –
padziļinātām pārdomām,
informācijas apmaiņai;



Semināri – ekspertiem.

Informācijas izplatīšanas kanāli



Vietējie laikraksti;



Mājaslapas;



Sociālie mediji – Facebook,
Twitter, Instagram;



Aktīvie iedzīvotāji,
piemēram, studenti.

Labās prakses

Dānija:

- Esošo projektu tīklu izmantošana;
- Ļoti mērķtiecīgs darbs ar nozares speciālistiem un plānotājiem;
- Augsta aktivitāte sociālajos tīklos.

Latvija:

- Sanāksmju mērķagrupu sasniegšana ar tiešsaistes aptauju palīdzību;
- Veiksmīga sadarbība ar dažādu līmeņu institūcijām.

Igaunija:

- Faktu lapu tulkošana igauņu valodā;
- Aktivitātes, kas informē plašu auditoriju.

Vācija:

- Vizuālie materiāli semināriem, vebināriem;
- Izcelta tēmu par apgaismojuma piesārņojumu;
- Daudzpusīga mērķa grupu iesaistīšana informācijas izplatīšanā.

Somija:

- Uzskatāms, uzrunājošs vizuālais materiāls – rīks, kurā cilvēkiem ir iespējams aplūkot pilotprojekta gala rezultātu;
- Plašs ieinteresēto un iesaistīto pušu loks. Partnera spējas piesaistīt dažādas grupas, tajā skaitā arī cilvēkus ar kustību traucējumiem un vecāka gadagājuma cilvēkus;
- Bagātīgs informācijas izplatīšanas klāsts – mājaslapas daļa, sociālie tīkli, laikraksts.

Krievija:

- Studentu uzrunāšana lekciju laikā – efektīvs veids, kā sasniegt auditoriju, īpaši, ja tiek sasniegti «aktīvie studenti»;
- LUCIA faktu lapu tulkošana krievu valodā, kas atvieglo mērķa grupas informēšanu par projektu.

Izaugsmes iespējas

Dānija:

- Nepieciešams pievērst lielāku uzmanību pilotteritorijas iedzīvotāju iesaistei. Nepieciešams iesaistīt arī vietējos iedzīvotājus kā atsevišķu mērķa grupu, tādējādi iegūstot skaidru novērtējumu par šīs mērķa grupas ieinteresētību un iesaistes pakāpi.

Latvija:

- Ieteikums plašāk izmantot reģionālās pārvaldes līmeņa iespējas, piemēram, visa projekta gaitā uzturēt saikni, regulārus kontaktus ar Rīgas plānošanas reģiona pašvaldībām. Radīt viņos interesi ar dažādu risinājumu demonstrēšanu visa projekta gaitā.

Igaunija:

- Projekta partneriem vēlama mērķtiecīgāka komunikācijas stratēģija, izmantojot gan pilsētas, gan universitātes kontaktus un jau esošas sadarbības platformas.

Somija:

- Nepieciešams sadarboties ar reģionālo partneri, lai plašāk izplatītu informāciju par projektu.

Krievija:

- Būtu nepieciešams dalīties ar savu pieredzi ar citām sadarbības universitātēm un platformās, kuras apvieno dažādas universitātes.

Vācija:

- Partnerim rūpīgi jāpārskata aptaujas jautājumi, metodoloģija un lauka darba plāns, lai nākamajā reizē sasniegtu būtiski augstāku respondences līmeni.
- Respondences veicināšanai ieteicams apsvērt iespēju to organizēt elektroniski, informāciju aktīvi izplatot sociālajos tīklos.

TOP izaicinājumi

Kā atrast un iesaistīt stakeholderus, it īpaši politikas veidotājus!
Svarīga loma ir «atslēg-cilvēku» atrašanai un iepriekšējai pazīšanās pieredzei.

Kā ieinteresēt auditoriju?

Projekta tēma ir specifiska, tā interesē ne visus. Mērķa grupu var labāk uzrunāt caur citām – saistītām tēmām, kas saistītas ar apgaismojumu – piem., par drošību, pastaigām ārtelpās utt. Mazāk – par apgaismojuma tehniskajiem aspektiem. Labākais laiks runāt par apgaismojumu ir rudens un ziema, kad laukā ir tumšs.

Kā rīkoties un pielāgoties COVID-19situācijai?

COVID-19 ir samazinājis publicitātes aktivitātes / izraisījis nogaidošu attieksmi starp partneriem. Nepieciešama jauna stratēģija publicitātes un iesaistīšanās pasākumiem. Ir jāatrod jauni rīki un pieejas (piemēram, pievilcīgi tiešsaistes rīki) un jāapsver iespēja organizēt pasākumus brīvā dabā.

Ieteikumi risinājumu veiksmīgākai izplatīšanai un jaunu ieinteresēto pušu identificēšanai

Projekta plānošana un koordinēšana

- Rūpīgi izraudzīties pilotprojekta īstenošanas vietu;
- Risinājuma izstrādi un ieviešanas plānu izstrādāt koprades formātā;
- Iesaistīt ieinteresētajās puses iespējami agrīnākā projekta stadijā;
- Efektivizēt darbu, apvienojot resursus un paveicot darbus kopīgi ar citiem projekta partneriem.

Informācijas izplatīšanas veidi un kanāli

- Dažādot komunikācijas stratēģiju un to pielāgot mērķa grupām (mērķi, mērķa grupas, saturs, kanāls, komunikācijas forma, laiks).
- Izmantot platformu «LUCIA Knowledge center»;
- Informācijas izplatīšanā izmantot vizuālos materiālus;
- Dalīties ar materiāliem sociālajos tīklos un tos dažādot;
- Izvērtēt, cik īstenotā informācijas izplatīšanas kampaņa ir veiksmīga;
- Rast īpašu pieeju lēmumu pieņēmēju un politikas veidotāju iesaistes veicināšanai;
- Ņemt vērā pasākumus, kas saistīti ar apgaismojumu;
- Doties uz pašvaldību sadraudzības pilsētām, kas atrodas citās valstīs;
- Pielāgoties COVID-19 apstākļiem un pārplānot informācijas izplatīšanas stratēģiju un paņēmienus.

Ieteikumi pieejām un rīkiem auditorijas uzmanības pievēršanai un noturēšanai tiešsaistē un klātienē

- Veicināt priekšlikumu saņemšanu no iedzīvotājiem un atspoguļot, kā tie ir ņemti vērā;
- Izmantot personīgāku pieeju diskusijās, plānošanas semināros un informatīvajos pasākumos;
- Smelties dažādu pieeju iedvesmu no citiem projekta partneriem;
- Izmantot dažādus rīkus un pieejas tiešsaistes aktivitātēm;
- Izmantot aptaujas, interaktīvus balsošanas rīkus u.tml., lai iedrošinātu dalībniekus izteikt viedokli;
- Izstrādāt aplikāciju ar spēli projekta popularizēšanai;
- Organizēt klātienē pasākumus, tos papildināt ar pieejām uzmanības noturēšanai un intereses veicināšanai (*piemēram, pieaicināt progresīvus ārvalstu ekspertus, uzaicināt sabiedrībā pazīstamus cilvēkus uz pasākumiem klātienē, organizēt festivālus, apvienot oficiālus pasākumus klātienē – seminārus, paraugdemonstrējumus – ar praktisku uzdevumu, piemēram, iziet apgaismojuma maršrutu, kontrolpunktos atzīmējot vai atbildot uz jautājumiem par maršrutu, popularizēt izmēģinājuma risinājumu, izmantojot mobilos autobusus*).

TOP perspektīvie informācijas kanāli



Vietējās kopienas (jo mazākas – jo labāk) – piemēram, jauniešu centri, NVO. Aktīvas organizācijas varētu būt ļoti noderīgas rezultātu izplatīšanā.



Studenti – sadarbība studiju kursu ietvaros. Studenti ir ne tikai informācijas saņēmēji un izplatītāji, bet varētu palīdzēt izpētīt tehniskos, sociālos un ekonomiskos aspektus, piemēram, veikt socioloģisko aptauju, izveidot mobilo aplikāciju.



Esošo stakeholderu spēja izplatīt informāciju – novērtējot to, ko viņi jau dara, ar kādām mērķa grupām strādā, un identificēt grupas, kuras līdz šim pietiekami uzrunātas.



LUCIA «Zināšanu centrs» («Knowledge center ») – platforma informācijas apmaiņai un apkopošanai par apgaismojumu un ar to saistītajām tēmām.



Paldies par uzmanību!

SIA «AC Konsultācijas»

Balasta dambis 70a-1, Rīga, LV-1048

<http://www.ack.lv/>

E-mail: info@ack.lv



LUCIA

