

Gunta Darbiņa

POSTSOCIĀLISTISKA PATĒRIŅA PRAKSE
PIEPILSĒTAS VIDĒ:
VĒLMJU PAR JAUNU PRIVĀTMĀJU PIERĪGĀ
ĪSTENOJUMS

Promocijas darbs
sociālo zinātņu doktora zinātniskā grāda iegūšanai

Specialitāte – socioloģija

Darba zinātniskā vadītāja:
Dr. sc. soc. docente **Agita Lūse**



IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ



Promocijas darbs veikts ar Eiropas sociālā fonda projekta
“Atbalsts doktorantiem studiju programmas apguvei
un zinātniskā grāda ieguvei Rīgas Stradiņa universitātē”
finansiālu atbalstu

Rīga, 2014

ANOTĀCIJA

Promocijas darbā pētītas postsociālistiska patēriņa prakses, kas realizētas, īstenojot sapni par privātmāju piepilsētas vidē. Pētnieciskās tēmas pamatproblēma ir ikdienas dzīves patēriņa prakšu īstenojumā nereti sastopamais emocionālais aspekts, kura ietekmē indivīdi bieži nerespektē zināšanas un pieredzi. Pētījumā analizēta arī ikdienas dzīves patēriņa prakšu saistība ar īpašām, postsociālismam raksturīgām neoliberalisma iezīmēm ekonomikā, sociālajā sfērā un vides attīstībā. Pētījuma mērķis formulēts atbilstoši problēmas specifikai un galvenajam pētāmajam jautājumam – kā veidojas postsociālistiska patēriņa prakses un dzīvesveids, īstenojot vēlmi pēc jaunas privātmājas piepilsētā, un kādi faktori praksi ietekmē. Pētnieciskā interese vērsta uz sociālās un patēriņa praksēs iesaistīto Pierīgas iedzīvotāju darbībām, emocijām, lietām un prasmēm, īstenojot sapni par jaunu privātmāju. Patēriņa prakses jēga un teleoemocionāls raksturs atklājas, analizējot teorijas, kas atspoguļo prakses un patērētāju kultūras teorētisko pieeju daudzveidību.

Promocijas darba teorētisko pamatojumu veido prakses teorijas pieeja patēriņa pētniecības socioloģiskam skatījumam. Vispārēja prakses teorētiskā pieeja ierosina pētīt vairākas dimensijas. Pētījumā pielietotas kvalitatīvās izpētes metodes, tādēļ datu ieguvē lietotas daļēji strukturētās intervijas, veikts novērojums un iegūtas vidi un jaunās savrupmājas raksturojošas fotogrāfijas, kuras arī analizētas kvalitatīvās pētniecības pieejas ietvaros. Kvalitatīvo datu analīze balstīta uz pamatoto teoriju. Promocijas darba pētījumā kvalitatīvā datu ieguve un analīze papildināta ar kvantitatīva pētījuma rezultātiem. Visu empīrisku datu analīze un interpretācija balstīta jaukto pētniecības metožu pieejā.

Pētījuma dati pamato galveno promocijas darba secinājumu, ka privātmājas patēriņa prakšu motivācija, kas veidojusies robežsituācijā starp pagātni un tagadni, ir postsociālistiskas *normalitātes* izpratnes un atmiņu par vecāku un vecvecāku mājām savijums.

Atslēgvārdi: patēriņa prakse, prakses teorija, patērētāju kultūra, piepilsēta, privātmāja.

ANNOTATION

The Doctoral thesis deals with post-socialist consumption practices, implementing the *dream of a private house* in suburban milieu. The basic problem of the research topic is rather the emotional than knowledge- and experience-based performance, frequently common in daily consumption practices, and its relation with specific, neo-liberalism features in economics, social area and environmental development, characteristic to post-socialism. The objective of the research has been defined according to the specifics of the problem and the main issues to be studied – how post-socialist consumption practices develop, implementing the desire for a new private house in suburb, and what factors affect this practice. Research interest has been aimed at actions, emotions, “things” and skills of Pierīga residents, involved in social and consumption practices, implementing their dream of a new private house. The sense and teleoemotional character of consumption practice turn out analyzing the theories which reveal variety of theoretical approaches of practice and consumer culture.

The theoretical substantiation of the Doctoral thesis is comprised by application of practice theory in sociologic view at consumption studies. General theoretical approach to practice suggests studies in several dimensions. In the Doctoral thesis, qualitative data and its analysis have been added by quantitative study results. In the research, qualitative study methods were applied, therefore for data acquisition semi-structured interviews were used, participant observation was performed and photos, characterizing the environment and the new private houses, were obtained and analysed in qualitative study. Analysis of qualitative data is based on grounded theory approach. Analysis and interpretation of all empirical data is based on mixed study methods.

The research data substantiates the main conclusion of the Doctoral thesis that the motivation of private house consumption practices, formed within the borderline between the past and present, is a combination of post-socialist *normality* understanding and memories about parents’ and grandparents’ houses.

Key words: consumption practice, practice theory, consumer culture, suburb, a private house.

SATURS

IEVADS	6
1. PATĒRĒTĀJU KULTŪRAS VĒSTURISKIE UN TEORĒTISKIE ASPEKTI	16
1.1. Patērētāju kultūras veidošanās un teorētiska izpratne.....	16
1.2. Patērētāju kultūras un postmodernisma saistība	19
1.3. Patērētāju kultūras un patēriņa pētniecības teorētiski virzieni.....	23
1.3.1. Teorijas par sociālā statusa patērēšanu.....	25
1.3.2. Teorētiku uzskati par patērētāju kultūras manipulējošo dabu	29
1.3.3. Teorētiku viedokļi par patērētāju kultūras ietekmētu dzīvesveidu	33
1.3.4. Teorētiski viedokļi par patēriņa saistību ar labklājību.....	35
2. PRAKSES TEORIJA PATĒRIŅA PĒTNIECĪBĀ	38
2.1. Prakses fenomena teorētiskā būtība.....	39
2.2. Prakses teorijas veidošanās un perspektīva	43
2.3. Burdjē un Gidensa teorētisko atziņu recepcija patēriņa socioloģijā	48
2.4. Sociālo prakšu saistība ar patēriņu.....	55
2.5. Politiski un morāli ietekmētas patēriņa prakses.....	59
2.6. Patēriņa prakšu pētniecības aktualitāte	65
3. PRIVĀTMĀJAS PATĒRIŅA PRAKSI IETEKMĒJOŠI FAKTORI	68
3.1. Mājas kā <i>lietas</i> patēriņa motivācija	70
3.2. Sociālās stratifikācijas konteksts	76
3.3. Ētikas un emocionālais aspekts.....	79
3.4. Priekšstats par piederību vietai	82
3.5. Piepilsētas zonas kā prakses vides konteksts.....	85
4. PĒTĪJUMA METODOLOĢIJA	93
4.1. Pamatotās teorijas metode un tai raksturīgā spontanitāte	93
4.2. Respondentu atlasē kritēriji un sociālās vides raksturojums	96
4.3. Attēlu analīze kā vizuālās pētniecības metode.....	102
4.4. Datu analīzes metodes	105
4.4.1. Datu kodēšana	105
4.4.2. Jaukto pētniecības metožu pieeja	108
5. PRIVĀTMĀJAS PATĒRIŅA PRAKSES IZPĒTE TRĪS DIMENSIJĀS	112
5.1. Privātmājas patēriņa prakses motivācija un norise	113
5.1.1. <i>Normalitātes</i> izpratnes un atmiņu savijums – motivācija mājas īstenojumam.....	114
5.1.2. Būvēšanas praksē veidojusies mājas izjūta	117
5.1.3. Māja – ģimenes saliedēšanās iespēja.....	121
5.1.4. Mājas vides veidošana.....	123
5.2. Privātmāja piepilsētā – patēriņa un dzīvesveida mijiedarbība	129
5.2.1. Dzīvesveids: sava zeme – sava māja – savs auto	129
5.2.2. Jauno privātmāju ģimeņu modeļi un dzimumsocialitāte	135
5.2.3. Piederība videi aiz mājas robežām	140
5.2.4. Dzīvesvietā balstīta sadarbība	144
5.3. Privātmāja piepilsētā: patēriņa prakšu izaicinājumi	146
5.3.1. Politikas ietekme piepilsētas zonu attīstībā	146
5.3.2. Parāds – patērētāju kultūras pavadonis.....	153
5.3.3. Mājas īstenojums – gandarījums/vilšanās patēriņa praksē.....	157
DISKUSIJA UN SECINĀJUMI	162
PATEICĪBAS	170
LITERATŪRAS SARAKSTS	171
1. pielikums. INTERVIJAS JAUTĀJUMI	183
2. pielikums. RESPONDENTU RAKSTUROJUMS	184
3. pielikums. PĒTĪJUMU CENTRA SKDS PĒTĪJUMA TABULAS	186

ATTĒLU SARAKSTS

1. att. Nozaru devums reālā IKP gada izaugsmē.....	9
2.1. att. Savstarpēji saistīti elementi, kas veido sociālās un arī patēriņa prakses.....	40
2.2. att. Prakses teorijas iesaiste promocijas darba teorētiskajā koncepcijā.....	64
3.1. att. Privātmājas īstenojums kā sociālo un patēriņa prakšu simbolisks modelis.....	68
3.2. att. Privātmājas patēriņa praksi ietekmējošie faktori.....	69
4.1. att. Jaukto pētniecības metožu triangulācijas modelis.....	110
4.2. att. Atšķirīgu datu kopu konsolidēšana triangulācijas modelī.....	111
5.1. att. Prakses izpētes trīs dimensijas.....	112
5.2. att. Privātmājas Pierīgā patēriņa prakšu izpētes trīs dimensijas.....	113
5.3.– 5.8. att. Jaunajam vidusslānim raksturīgais būvniecības stils Pierīgas privātmājās.....	119
5.9. att. Savrupmāja Brēmenes piepilsētā.....	120
5.10. att. Savrupmājas ziemas dārzs.....	120
5.11. att. Viesistabas iekārtojums Brēmenes piepilsētas savrupmājā.....	127
5.12. att. Virtuve ar ādas un metāla mēbelēm.....	128
5.13. att. Moderna dizaina iekštelpa.....	128
5.14. att. Kabinets ar antikvāru rakstāmgaldū.....	128
5.15. att. Mēbeles ar vēsturisku akcentu.....	128
5.16. att. Privātmājas teritorija ar dabīgu dīķi.....	131
5.17. att. Atpūtas vieta ar mākslīgi izveidotu dīķi.....	131
5.18. att. Bērnu vide privātmājas teritorijā.....	137
5.19. att. Bērnu istabas iekārtojums.....	137
5.20. att. Cilvēku darbības ietekme uz vietu kā apdzīvotu telpu.....	140
5.21. att. Iela Brēmenes piepilsētā.....	143
5.22. att. Lauksaimnieciskās ražošanas teritorija Brēmenes piepilsētā.....	143
5.23. att. Ainavas degradācija.....	147
5.24. att. Apbūve meža teritorijā.....	147
5.25. att. Rindu mājas Inčukalnā.....	148
5.26. att. Rindu mājas Mārupē.....	148
5.27. att. <i>Pļavu ciems</i> Pierīgā.....	148
5.28. att. <i>Pļavu ciems</i> Ādažos.....	148
5.29. att. Apstājusies būvniecība Stopiņos.....	148
5.30. att. <i>Pļavu ciems</i> Ķekavā.....	148
5.31. att. Sociālisma perioda būvniecības piemērs Pierīgā.....	150
5.32. att. Sociālisma liecības Pierīgas būvētajā vidē.....	150
5.33. att. Jaunās privātmājas Mārupē.....	152
5.34. att. Jauno privātmāju ciemats Stopiņos.....	152
5.35. att. Labiekārtots jaunais ciemats.....	152
5.36. att. Jaunās privātmājas Pierīgā.....	152
5.37. att. Bankas atsavināta privātmāja Pierīgā.....	156

IEVADS

Vispārēji ar patērēšanu saprot dažādu resursu (daba, materiālas lietas, emocijas) izlietošanu, izmantošanu, iznīcināšanu, arī šo resursu iekļaušanu vai pārveidi citos resursos. Mēs visi esam patērētāji, un ikdienas dzīve mūs iesaista dažādās patērēšanas praksēs. Līdzās patēriņam, ko prasa pamatvajadzību apmierināšana, indivīdi kā patērētāji tiek iesaistīti arī patēriņa procesos, ko regulē ekonomiskas un politiskas intereses.

Publiskajā telpā jēdziens *patēriņš* tiek uztverts zināmā mērā negatīvi. Iespējams, ka tāpēc promocijas darba pētījuma analizēto privātmāju jeb ģimenes māju kā dzīvesvietu vidusmēra ģimenei – ar *patēriņu* parasti nesaista. Tāpat ģimenes mājas iegāde un iekārtošana vispārēji netiek uztverta kā statusa patērēšanas sacensība. Tomēr dažādās postsociālisma valstīs veiktie pētījumi liecina, ka otrā un trešā gadu tūkstoša mijā daudziem bijušo sociālistisko valstu iedzīvotājiem jaunbūvēta piepilsētas māja kļuva par sociālā vidusslāņa statusa apliecinātāju. Promocijas darba autore piekrīt Marka Līhtija (*Mark Liechty*) viedoklim, ka būtiski ir saprast starpvalstu darbaspēka un kapitāla attiecības, bet ne mazāk svarīgi ir izprast vietējo vidusšķiru (Liechty 2003). Latvijas attīstības pamatdokumentos sniegta tikai vispārīga izpratne par vidusšķiru raksturojošām iezīmēm, akcentējot, ka piederība vidusšķirai saistāma ar drošības sajūtu, ko rada ienākumi. Tādējādi privātmājas patēriņa prakšu pētīšana ir iespēja gūt zināmu priekšstatu par valsts sociālo pamata – jaunās vidusšķiras – centieniem pēc labklājības.

Normāla dzīve joprojām bieži tiek saprasta pagātnē sakņotos priekšstatos un gaidās, kas asociējas ar privātmāju kā *dzīvei piemērotu telpu*, kas sociālismā bija grūti iegūstama un savām gaidām adekvāti realizējama. Privātmāja ir īpašs fenomens patēriņa pētniecībā, jo *māja* saistās ar atmiņām un ilgām, ar idealizāciju, emocionālu un fizisku, pozitīvu un negatīvu novērtējumu. Kā uzskata Melburnas universitātes pētniece Šellija Maleta (*Shelley Mallett*), māja rada kontekstu arī privātuma un ģimenes, sociālo un patērēšanas prakšu analīzei (Mallett 2004: 70). Mājas būvēšana, iekārtošana un uzturēšana – tās visas ir sociālās un patēriņa prakses, ko cilvēki realizē, atbilstoši laikmeta tehnoloģiskajām iespējām, savam sociālajam statusam, ekonomiskajam un kultūras kapitālam, kā arī atkarībā no politiskās varas regulācijas. Savukārt patērētāju kultūrai sasaistē ar ražošanu ir svarīga loma, lai konstruētu un vadītu indivīdu emocijas, kas palielinātu patērēšanas potenciālu (Boden & Williams 2002). Nav šaubu, ka patēriņš attīsta ražošanu un tādējādi veicina labklājību, tomēr vienlaikus tas rada riskus un

krīzes, kas savukārt apdraud labklājību. Pirms divdesmit gadiem postmoderno patēriņu sāka iepazīt arī vairākās paaudzēs sociālismā dzīvojuši ļaudis ar nepiepildītiem sapņiem par *normālu* dzīvi, kas Rietumu kapitālismā faktiski ir pieejama visiem vidusmēra sabiedrības locekļiem.

“Produktu radīšanas process kā grandioza komerciāla rotaļa ienes ekonomikā dzīves garšu”, patērētāju kultūru un ekonomiku tēlaini saista *DnB* bankas eksperts Pēteris Strautiņš. “Ekonomika nepaliek parādā un padara bagātāku ikdienu. Mēs nevaram detalizēti prognozēt, bet mūsu zināšanu vēdekļa ārmala saskaras ar bezgalīgu situāciju un paradoksu kopu – milzīgu un strauji mainīgu iespēju okeānu” (Strautiņš 2013: 14).

Politiskajai un ekonomiskajai sistēmai strauji mainoties, sociālisma valstu iedzīvotāji nokļuva “starpstacijā” – postsociālismā – un neoliberāla politika viņiem pavēra “milzīgo un strauji mainīgo iespēju okeānu”, aicinot, mudinot, pārliecinot, ka patēriņš (proti, “pirkšana”) ir galvenais rādītājs tam, vai indivīds pieder pie kapitālistiskās ekonomikas sabiedrības. Par spilgtu apliecinājumu postsociālisma patērētāju iekļautībai Rietumu dzīves standartos kļuva privātmāja ar zaļu mauriņu piepilsētā.

Arī Latvijā nekustamā īpašuma ieguves un uzturēšanas praksēs strauji iesaistījās daudzas ģimenes, taču bieži tās nenovērtēja risku, kas pavada naudas aizņēmumos balstītu liela mēroga patēriņu. Virtuāla naudas aizņemšanās ir būtisks faktors, kas daudziem neļāva izjust reālu atbildību. Acīmredzot būtiski ir mainījusies latviešu nācījas saimnieciskās kultūras izpratne, kā uzskata sociologs Tālis Tisenkopfs, vēsturiski tā ir balstījusies priekšstatā, ka labklājību veido pēctecīgs ceļš, kas sākas ar izglītību, turpinās kā čakls un sūrs darbs, un tikai tad darītājs tiek atalgots ar ienākumiem un labklājību.

Atsaucoties uz 2005. un 2008. gada aptaujām, kurās respondentiem tika jautāts par aktivitātēm savas dzīves uzlabošanai, T.Tisenkopfs atzīmē, ka no 22 minētajām aktivitātēm visspilgtāk izpaudusies *personīgās materiālās labklājības vairošanas stratēģija*, ko var apzīmēt ar vārdu “tērēt” (Tisenkopfs 2010b: 366). Šo stratēģiju raksturo kredītu ņemšana, nekustamā īpašuma iegāde, naudas noguldīšana, veselības un dzīvības apdrošināšana. Kā otra izplatītākā dzīves uzlabošanas stratēģija parādījās *mīlēt sevi un tuvākos*, proti, laika veltīšana ģimenei, rūpes par bērniem, laulāto attiecību uzlabošana, atpūta, rūpes par savu ķermeni. Trešās dzīves stratēģijas *strādāt un pelnīt* izpratne dažos gados ir mainījusies – 2005. gadā pelnīšana tika saistīta ar izglītību un

profesionālu izaugsmi, bet 2008. gadā to korelē ar kredīta ņemšanu. Izglītības lomas mazināšanās un kredītu asociēšana ar pelnīšanu, kā uzskata T. Tisenkopfs, iespējams, liecina par priekšstata veidošanos, ka ienākumus vairo nevis izglītošanās, bet naudas aizņemšanās (Tisenkopfs 2010b).¹

2013. gada jūnijā Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) publicētie iekšzemes kopprodukta² (IKP) dati sagādāja pārsteigumu – Latvijas tautsaimniecība, par spīti nelabvēlīgajām norisēm ārējā vidē, ir spējusi uzrādīt pieauguma tempus, kas līdzvērtīgi iepriekšējo divu gadu vidējam izaugsmes tempam, tā interneta portālā *makroekonomika.lv* secina Latvijas Bankas ekonomists Igors Kasjanovs (Kasjanovs 2013a). Ekonomists skaidro: lai gan 2013. gada 2. ceturksnī IKP ir pieaudzis tikai par 0.5%, gada pieauguma temps bijis 3.8%, un tas nozīmē – Latvijas tautsaimniecība, visticamāk, joprojām ir straujāk augošā ekonomika Eiropas Savienībā.

Savukārt Latvijas Bankas 2012. gada oktobra Makroekonomisko norišu pārskatā³ apliecināts, ka tieši privātais patēriņš tuvākajā laikā varētu saglabāt vadošo lomu IKP pieaugumā. Jau 2012. gada 2. ceturksnī bija vērojams straujš privātā patēriņa⁴ kāpums (7,2%), un tas nodrošināja lielāko devumu IKP pieaugumā. Turklāt atkal ir palielinājies ilglietojuma preču pieprasījums, kas balstīts uz atlikto patēriņu. “Vai Latvijā atsācies nekustamā īpašuma bums?” – citā publikācijā vaicā Kasjanovs (Kasjanovs 2013b). Tādējādi iezīmējas divi mūsu ekonomiku virzošie spēki – privātais patēriņš un nekustamā īpašuma nozare. Arī 2013. gada oktobra Latvijas Bankas Makroekonomisko norišu pārskatā⁵ prognozēts, ka privātais patēriņš turpmākajos ceturkšņos būs galvenais izaugsmes veicinātājs. Līdzīgi secināts arī Latvijas Bankas

¹ SKDS 2005., 2006., 2008. gada aptaujas par dzīves uzlabošanas individuālajām stratēģijām ļauj arī salīdzināt dzīves pašnoteikšanas rādītājus 10 ballu skalā (2005. gadā – 7,02; 2006. gadā – 6,7; 2008. gadā – 6,98) un secināt, kā uzskata T. Tisenkopfs, ka izjūta par savas dzīves ietekmēšanas iespējām ekonomiskās augšupejas gados nav vairojusies, un ekonomiskais bums nav radījis dziļākas pārmaiņas cilvēku rīcībā, bet sekmējis patērniecisku vērtību izplatīšanos (Tisenkopfs 2010).

² IKP – iekšzemes kopprodukts ir valsts tautsaimniecībā gadā saražotā galaprodukta – preču un pakalpojumu – kopējā tirgus vērtība naudas izteiksmē. Iekšzemes kopprodukts ir galvenais valsts ekonomikas attīstības un izaugsmes rādītājs.

NKP – nacionālais kopprodukts rāda to gala preču un pakalpojumu summu, ko gada laikā saražojuši valsts pastāvīgie iedzīvotāji gan iekšzemē, gan ārzemēs.

³ Latvijas Banka 2012. Pieejams:

http://www.bank.lv/images/stories/pielikumi/publikacijas/makroekonomikasnorises/MNP_Okt_2012-final.pdf (skatīts 07.04.2013.)

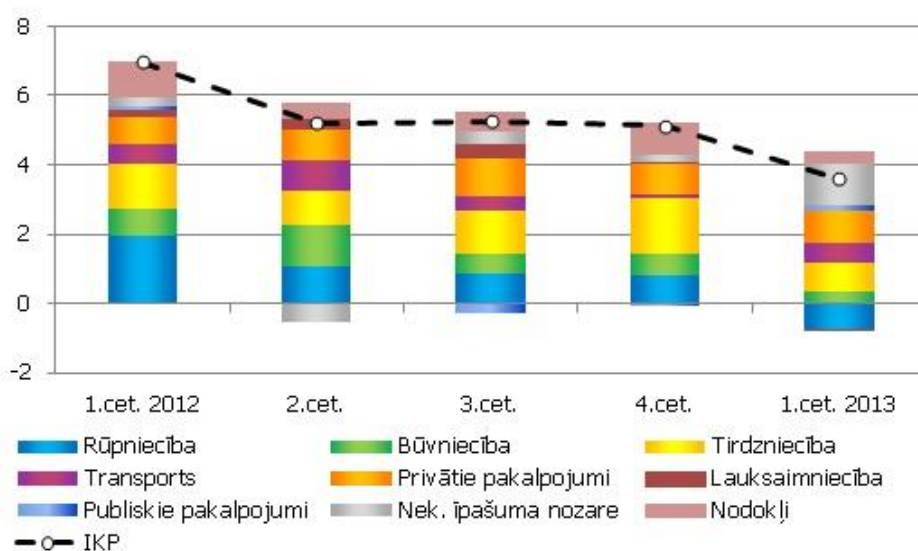
⁴ Privātais patēriņš ir iedzīvotāju (rezidentu) naudas izdevumi preču un pakalpojumu iegādei iekšzemē un ārvalstīs, kā arī natūrā saņemtā preču un pakalpojumu vērtība. Citēts no: <http://www.bank.lv/publikacijas/averss-un-reverss/privata-paterina-nozime-latvijas-tautsaimnieciba/4624> (skatīts 05.06.2013.)

⁵ Latvijas Banka 2013. Pieejams:

http://m.bank.lv/images/stories/pielikumi/publikacijas/makroekonomikasnorises/MNP_okt_2013.pdf (skatīts 10.06.2014.)

2014. gada marta Makroekonomisko norišu pārskatā⁶, kur uzsvērts, ka Latvijas IKP kāpums 2013. gada 4. ceturksnī joprojām bijis viens no straujākajiem ES, un galvenais izaugsmes nodrošinātājs visu gadu bijis privātais patēriņš.

1. attēlā redzams, ka 2012. gadā tautsaimniecības izaugsmi virzīja rūpniecība, tirdzniecība un būvniecība, bet 2013. gada 1. ceturksnī būtisku devumu IKP nodrošinājusi nekustamā īpašuma nozare.



I. att. Nozaru devums reālā IKP gada izaugsmē (procentpunktos) (Kasjanovs 2013b; CSP)

2009. gadā politiķis *Dr.oec.* Roberts Zīle uzskatīja, ka ekonomiskās krīzes cēlonis ir privātais patēriņš, nevis budžeta deficīts. Tieši iesaistīšanās augsta līmeņa privātajā patēriņā, lai īstenotu vēlmes par nekustamā īpašuma iegādi, rosināja ģimenes pieņemt lēmumus par riskantiem hipotekāriem kredītiem. Parāds vairāku desmitu gadu vai pat atlikušā mūža garumā demoralizē cilvēku – ir pārliecināts R. Zīle (sk. Paiders 2009). Daļa parādos nonākušo vienkārši izvairās no legālas nodarbinātības, bet daudzi, lai maksātu mājokļa kredītu, izvēlas darbu citā valstī un aizceļo no Latvijas.

Promocijas darbā pētītās privātmājas patēriņa prakses tiek realizētas postsociālisma piepilsētas zonā. Tādējādi patērēšana pētāma arī mijiedarbē ar suburbanizācijas procesiem, kas veidojušies postsociālisma valstu liberālās politikas ietekmē. Šobrīd Pierīgā, metropoles Rīgas piepilsētas zonā, daudzviet rēgojas nepabeigtas būvniecības ciemati kā apliecinājums tādai zemes tirgus, uzņēmējdarbības un vietējās politiskās varas mijiedarbībai, kur nekustamā īpašuma tirgus diktējis savus noteikumus. Strauji paplašinoties, “jaunā Pierīga” veidojusies kā “guļamvietu kopiena”

⁶ Latvijas Banka 2014. Pieejams: https://www.makroekonomika.lv/sites/default/files/mnp_marts_2014_1.pdf (skatīts 10.06.2014.)

cilvēkiem, kuru mērķis bijis apvienot savā dzīves telpā laukus (māja un vide) un pilsētu (darbs, sociālā infrastruktūra, brīvā laika pavadīšanas iespējas). Tādējādi jaunie piepilsētnieki patērē galvaspilsētas darbavietas un infrastruktūru. Līdzīgi attīstījusies arī Tallinas piepilsēta Igaunijā – tur jauno privātmāju puduri ieguvuši apzīmējumu “nekustamā īpašuma ciemi”, simbolizējot sliktu infrastruktūru un mājsaimniecību kvalitāti nedraudzīgā dzīves vidē. Tomēr uz šīm apdzīvotajām vietām pārcēlās iedzīvotāju slānis, kam raksturīga turība un augsts izglītības līmenis, un šīs teritorijas ikdienas valodā ieguva apzīmējumu “zelta loks ap Tallinu” (Tammaru et al. 2011). Savukārt Pierīgā jauno privātmāju puduri daudzviet uzcelti uz bijušās lauksaimniecības zemes un pļavās bez sakārtotas infrastruktūras, tādējādi tautā iegūstot pavārdu “pļavu ciemi”. Arī Latvijā nekustamo īpašumu „pļavu ciemos” to pietiekami augstās cenas dēļ varēja iegādāties vien vidējam vai augstākajam sociālajam slānim piederīgie.

T. Tisenkopfs uzsver, ka viena no socioloģijas funkcijām ir „ilustrēt individuālo pieredzi”, raksturojot indivīda situāciju mūsdienu pasaulē, lai, pievēršoties pieredzes analīzei, skatītu sabiedrību caur subjekta emociju un interpretāciju prizmu, tādējādi notverot *pieredzē iemiesoto sabiedrību* (Tisenkopfs 2010a: 22). Patēriņa būtība atklājas patēriņa praksēs, pētot to veidošanos, veikšanu, izplatību, dažādošanos vai arī izzušanu, un socioloģijas pētījumu lauks ir meklēt atbildes uz jautājumiem *ko? kā? kāpēc?* cilvēki dara.

Patērēšanas teorētiskā izpratne Latvijā tika aktualizēta 2005. gadā Latvijas Universitātes rīkotajā konferencē “Patērniecība Latvijā: tendences un alternatīvas”. 2006. gadā iznākušā konferences rakstu krājuma⁷ ievadā teikts, ka konferences mērķis bija noskaidrot, kā patērēšana ietekmē mūsdienu sociālās dzīves struktūru un organizāciju, kā vispār vērtēt labklājību un patēriņu, kādas ir patērniecības sekas. Professore Skaidrīte Lasmane uzskata: Latvijā tikai 21. gadsimta sākumā atkārtojas situatīva līdzība tiem procesiem, kas Eiropā notika 50.–60. gados, proti, patērēšanas pieaugums un pārorientēšanās uz labklājības sabiedrību, tāpēc ar novēlošanos nākas iepazīt un atsaukt atmiņā pirms gandrīz pusgadsimta Eiropā notikušās diskusijas par konsumerismu jeb patērniecību. Mūsdienās politiskā vara ir viens no līdzekļiem, kā iegūt neierobežotas patēriņa iespējas, aizmirstot krietnumu un godprātību, ko aizstāj patērēšanas standartos gūts apbrīns un ievērība (Lasmane 2006: 13). Rakstu krājuma publikācijās no dažādiem teorētiskiem redzējumiem tiek skaidroti jēdzieni

⁷ Zelče V.(red.) (2006). *Patērniecība Latvijā: tendences un alternatīvas*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. Agora, 5.

patērnieciskums un *patērniecība*. S. Lasmane uzskata, ka ar patērniecību tiek saprasta preču un pakalpojumu pirkšana, pārdošana un lietošana, ko stimulē reklāmas un mūsdienu komunikācijas tehnoloģijas, ietekmējot cilvēku vajadzību un vēlmju kopumu, identitāti, attiecības, kultūru, sociālo un dabas vidi. Patērniecība, uzsver S. Lasmane, izpaužas kā cilvēku privātās un sociālās dzīves komercializācija (Lasmane 2006: 11).

Savukārt Miķelis Grīviņš ir pārliecināts, ka, definējot *patērniecību*, nevar izvairīties no jēdziena *patērēšana* lietošanas, un to vēl papildinot ar jēdzieniem *masas* un *vispārējs* (*masu vispārēja patērēšana*), tiek norādīta saistība ar "patērētāju sabiedrību". Tomēr paliek jautājums, akcentē M. Grīviņš, vai patērniecība ietver tikai uzvedības modeļus, ko var raksturot ar vārdu *iepirkties*, vai arī ar reliģijas, ideoloģijas, morāles sistēmu patērēšanu. Šis autors rezumē, „ka patērniecība ir masveida garīgu un fizisku produktu izmantošana, iespaidojoties no publiskajā telpā pieejamās informācijas” (Grīviņš 2006: 45–46).

Promocijas darbā dziļāka patērnieciskuma analīze nav iekļauta, jo promocijas darbs ir orientēts uz patēriņa prakšu pētniecību, nepievēršoties patērēšanas vispārējām negatīvām tendencēm.

Promocijas darba pētījuma problēmsituācijas izvērtējums sākās 2009. gadā, šā darba autorei veidojot izdevumu par Pierīgas labklājību veicinošām vietējām aktivitātēm un iesaistoties arī pētījumu centra SKDS veiktā telefonaptauja par Pierīgas iedzīvotāju apmierinātību ar dzīvi savā novadā. Telefonaptauja atklāja pārsteidzoši augstu iedzīvotāju apmierinātību ar dzīvi Pierīgas pašvaldībās – 81% aptaujāto ieteiktu arī saviem draugiem dzīvot Pierīgā. Respondentus visumā apmierināja gan ekoloģiskā situācija un teritorijas labiekārtotība, gan novadu attīstība, un Pierīga izgaismojās kā iekārojama un prestiža dzīvesvieta, kas arī radīja augstas nekustamā īpašuma cenas.

Analizējot pirmās promocijas darba pētījuma intervijas ar jauno privātmāju iemītniekiem, kā arī lauka darbā novēroto un fotografēto, iezīmējās pētnieciskās intereses pamatproblēma – postsociālistiskā patēriņa prakse ir radījusi nopietnus izaicinājumus privātmāju patērētājiem un piepilsētas videi, jo patēriņa prakšu īstenojums bieži ticis balstīts emocijās, nevis zināšanās un pieredzē, un ir saistīts ar īpašām, postsociālismam raksturīgām neoliberalām iezīmēm ekonomikā, sociālajā sfērā un piepilsētu vides attīstībā. Tādējādi jau pētījuma sākuma stadijā veidojās atziņa, ka patērēšanas modeļus dziļāk un daudzpusīgāk pamato indivīdu motivācija patērēt, lai gan būtiska ir arī neoliberalisma politikas ietekme. Promocijas darba pētījumā atklājas pārsteidzoši dati par cilvēku attieksmi pret savas “sapņu mājas” iegādi. Vēlme pirt

māju rodas strauji, un lēmums bieži vien tiek pieņemts, pat neiepazīstoties ar jaunās mājas apkārtni, apmierinoties vien ar reklāmu piedāvājumu. Patiesībā tiek patērēts sapnis par māju, un realitāte pat nešķiet svarīga. Māja kļūst par plašu vispārēju simbolu, kas piešķir patēriņa objektam morālu spēku, kurš saistīts ar paša patērētāja izveidotām robežām un to uzturēšanu (Woodward 2003: 409). Patēriņa prakses visumā veicina indivīdu labklājību, tomēr prakses īstenojums, ja tās veicēji nav pietiekami zinoši un “profesionāli” konkrētajā patērēšanas praksē, var ietvert riskus un zaudējumus. Privātmājas patēriņa prakses bieži balstās ģimenes pieredzē, atmiņās vai arī veidojas par statusa patēriņu, būtiski ietekmējot patēriņa dabu. Patēriņa prakšu pētījumi ļauj izprast ģimeņu vēlmes un stratēģijas individuālo dzīves apstākļu uzlabošanā. Liela mēroga patēriņa prakses parasti paredz finanšu ieguldījumus, ko pārsvarā nodrošina hipotekārs aizņēmums, kas ietver atmaksāšanas risku un var ietekmēt gan pašu ģimeņu dienaskārtību, gan visas valsts ekonomiku.

Kopš 2000. gada *prakses* jēdziens un tā atvasinājumi ir tikuši piemēroti dažādiem empīriskiem pētījumiem, kas aprakstīja, interpretēja un skaidroja sociālos procesus un uzvedību. Britu pētnieks Deils Satertons un viņa kolēģi (Southerton et al. 2012) uzsver atdzimušo interesi par prakses teoriju pētniecībā un akcentē vācu sociologa un kulturologa Andreasa Rekvica (*Andreas Reckwitz*) lomu prakses teorijas tuvināšanā patēriņa pētniecības socioloģiskam skatījumam. Prakses teorija ļauj analītisko fokusu pārbīdīt no indivīda neremdināmām vēlmēm patērēt uz organizētu kolektīvu patērētāju kultūru (Warde 2005).

Vispārēja prakses teorētiskā pieeja rosina pētniecību veikt vairākās dimensijās (Southerton et al. 2012). Pirmā dimensija saistās ar konkrētas prakses veicēju skaita pieaugumu vai samazināšanos, cenšoties izprast, *kā* un *kāpēc* cilvēki piedalās, kādu laiku un resursus viņi velta praksei. Otrā dimensija attiecas uz prakses izplatīšanos un tās īstenošanas procesa dažādību. Trešā analītiskā dimensija ļauj izziņāt prakses dalībnieku gandarījumu vai vilšanos praksē. Kā svarīgu prakses pētījumos Satertons atzīst konceptualizāciju, jo praksē galvenais ir tai raksturīgā, atšķirīgā dzīves sfēra (darbs, brīvā laika pavadīšana, mājas dzīves organizācija vai cita), kā arī prakses saistība ar institūcijām un pārstāvniecība varas attiecībās.

Promocijas darba pētījumā datu ieguvei un analīzei izmantota jaukto pētniecības metožu pieeja. Izmantots triangulācijas (*triangulation*) modelis, kurā viena datu ieguves metode ir galvenā, savukārt ar citu metodi iegūtiem datiem ir papildinoša loma pētījumā. Promocijas darba pētījumā kvalitatīvā datu ieguve, analīze un interpretācija

papildināta ar kvantitatīva pētījuma (iedzīvotāju telefonaptaujas) rezultātiem. Kvalitatīvā datu ieguvē lietotas daļēji strukturētās intervijas, veikts novērojums, kā arī iegūtas vidi un jaunās savrupmājas raksturojošas fotogrāfijas, kuras arī analizētas kvalitatīvās pētniecības pieejā. Kvalitatīvo datu analīzei piemērota pamatotā teorija (*Grounded Theory*).

Promocijas darba pamatojumam saistībā ar prakšu analīzi trijās dimensijās tika izvirzīti vairāki **pētnieciskie jautājumi**, no kuriem būtiskākais – kā īstenojas ar privātmājas patēriņu saistītās jaunās sociālās prakses un dzīvesveids, un kādi faktori to ietekmē. Otrs pētnieciskais jautājums saistīts ar privātmājas patēriņa praksē iesaistīto indivīdu motivācijas un praksē ietverto darbību izzināšanu, jo prakses un dzīvesveids īstenojas mijiedarbībā ar motivāciju un prakses darbībām. Tāpat pētījumā izvirzīts jautājums arī par to, kas nosaka prakšu īstenošanu gandarījumu vai vilšanos par privātmājas patēriņu un jauno dzīvesveidu.

Pētījuma **objekts** ir postsociālistiska ikdienas dzīves patēriņa prakse piepilsētā.

Pētījuma **priekšmets** ir vēlmju par privātmāju piepilsētā īstenojums.

Pētījuma mērķis ir izzināt un analizēt privātmājas piepilsētā īstenojuma postsociālistiska patēriņa praksi un to ietekmējošus faktoros.

Pētījuma uzdevumi

1. Sniegt ieskatu sociālās prakses pētniecības teorētiskajos virzienos.
2. Analizēt klasisko prakses teoriju atziņu recepciju patēriņa socioloģijā.
3. Analizēt sociālo prakšu norises un pārveides saistību ar patēriņu.
4. Analizēt privātmājas patēriņa praksi ietekmējošos faktoros.
5. Pētīt piepilsētas privātmāju ģimeņu sociālās un patēriņa prakses un dzīvesstilu.
6. Raksturot intervēto jauno privātmāju iemītnieku saistību ar piepilsētas vidi aiz mājas robežām.
7. Identificēt vietējās politiskās prakses saistībā ar piepilsētas zonu attīstību.
8. Identificēt ar privātmājas patēriņa praksēm saistītu indivīdu gandarījumu vai vilšanos.

Patēriņa prakšu pētījuma nozīme un lietojums saistāms ar

- indivīdu pieredzē balstītas labklājības „uz parāda” vērtējumu,
- *normālas* dzīves postsociālistiskas izpratnes pamatojumu,
- politikas veidošanu, kas aktivizētu piepilsētas privātmāju iedzīvotāju izpratni un iesaisti atbildīgā vietējās vides patērēšanā,
- ģimeņu patēriņa prakšu analīzi, veicinot sabiedrības izpratni par patērēšanas būtību un riskiem.

Promocijas darba zinātniskā novitāte

1. Promocijas darbs sniedz ieguldījumu patērētāju kultūras un patēriņa prakses teorētiskajās nostādnēs socioloģijā un empīrisko ikdienas dzīves patēriņa prakšu pētījumu attīstībā. Šāds pētījumu virziens Latvijā ir jauns, vēl neizstrādāts, un tas spēj atklāt patiesu un aktuālu šķautni Latvijas iedzīvotāju saimnieciskās kultūras priekšstatos.
2. Promocijas darba teorētiskajā daļā sniegta padziļināta prakses teorijas analīze un tās lietojuma metodoloģija patēriņa pētījumiem. Tas ir jauns un aktuāls pētniecības temats un teorētiskā bāze starptautiskos pētījumos, bet jo īpaši pētniecībā Latvijā.
3. Promocijas darbā analizēta ļoti aktuāla sociālā problēma – kredītsaistību sociālie izaicinājumi un to ietekme uz daudzu ģimeņu un apdzīvotu vietu likteņiem.
4. Pētījumā izmantota metode, kas Latvijā līdz šim patēriņa pētniecībā nav lietota – kvalitatīvs pētījums, kas apvieno daļēji strukturēto interviju veikšanu un analīzi ar vizuālās pētniecības metodi, proti, fotogrāfiju analīzi. Šāda pieeja ļauj labāk priekšstatīt un izprast procesus arī piepilsētas vidē.
5. Promocijas darba ietvaros veiktais pētījums par piepilsētā uzcelto jauno privātmāju patērēšanas praksēm ļauj izvērtēt ne tikai postsociālisma neolīberālās politikas veicinātās tirgus ekonomikas ietekmi suburbānā vidē, bet arī atklāt indivīdu izpratni par patēriņu, kā arī prasmes plānot un realizēt patēriņa prakses. Pamatojoties uz pētījuma datiem un secinājumiem, ir iespējams identificēt liela mēroga patēriņa prakšu riskus, rosināt sabiedrības izglītošanu un diskusiju publiskajā telpā, kā arī motivēt vietējās pašvaldības meklēt risinājumus neveiksmīgas būvniecības rezultātam.

Promocijas darba struktūra

Promocijas darba struktūru veido Ievads, piecas nodaļas, Diskusija un secinājumi, Literatūras saraksts un Pielikumi. Ievadā pamatota tēmas izvēle un tās

nozīmība, kā arī pētījuma novitāte Latvijā patēriņa pētniecības socioloģijā, noteikts pētījuma mērķis, kā arī izvirzīti un raksturoti darba uzdevumi.

Pirmajā nodaļā apskatīta un analizēta patērētāju kultūra un tās pētniecība, ietverot teorētisku diskusijas. Skaidrota patērētāju kultūras veidošanās un izpratnes vēsturiskā dimensija, kā arī patērētāju kultūras un postmodernisma saistība. Diskusijas sadaļā iztirzāti pazīstamu patēriņa pētniecības teorētiku – Torsteina Veblena, Frankfurtes skolas pārstāvju, Pjēra Burdjē, Džona Gelbreita – viedokļi.

Otrajā nodaļā analizēts patēriņa fenomens un sociālās prakses fenomens, kā arī prakses teorijas aktualitāte sociālo zinātņu pētījumos. Analizēta prakses teorijas veidošanās un klasisko teorētisko atziņu recepcija patēriņa socioloģijā. Aplūkots patēriņš kā sociāla prakse un patēriņš kā politiska prakse, kas ietekmē sociālos procesus mūsdienu Rietumos un arī Latvijā.

Trešajā nodaļā analizēti piepilsētas privātmājas patēriņa praksi ietekmējoši faktori. Sniegta teorētiska *mājas kā lietas* patēriņa motivācijas un sociālās stratifikācijas konteksta analīze. Analizētas emociju un patēriņa attiecības. Pētīta *vietas piederības* izpratne un piepilsētas zonu attīstība saistībā ar suburbanizācijas procesiem Rietumu un postsociālisma vidē.

Ceturtajā nodaļā aprakstīta respondentu izlases veidošana, datu ieguves un analīzes pētnieciskā metode. Uzmanība veltīta pamatotajai teorijai un tās radošu atvērtību veicinošam raksturam. Analizētas jauktās pētniecības metodes, vairāk pievēršoties promocijas darba pētījumā lietotajai jaukto pētniecības metožu triangulācijas modeļa pieejai. Aplūkota fotogrāfiju analīze kā vizuālās pētniecības metode.

Piektajā nodaļā aprakstīti empīriskā pētījuma rezultāti. Analizētas empīrisko datu kodēšanā iegūtās kategorijas un to saikne: „*Normalitātes*” *izpratnes un atmiņu savijums – motivācija mājas īstenojumam; Būvēšanas praksē veidojusies mājas izjūta; Māja – ģimenes saliedēšanās iespēja; Mājas vides veidošana; Mājas īstenojums – gandarījums vai vilšanās patērēšanas praksē; analizētas arī vairākas citas kategorijas un to savstarpējā saistība: Piederība videi aiz mājas robežām; Dzīvesvietā balstīta sadarbība; Politikas ietekme piepilsētas zonu attīstībā.*

Promocijas darba Diskusijas un secinājumu nodaļā ietverta diskusija un apkopoti pētījumā izdarītie secinājumi.

1. PATĒRĒTĀJU KULTŪRAS VĒSTURISKIE UN TEORĒTISKIE ASPEKTI

Cilvēku pieķeršanās lietām ir senāka nekā pēc Otrā pasaules kara aizsākusies materiālā izaugsme. Patērētāju kultūra plauka jau 18. gadsimtā, un patērēšanas dzīvesstils iesakņojās jau tad, kad neviens pat neiedomājās par ilgstošu attīstību. Tomēr statusa orientēta patērēšana nav vērtējama tikai kā sāncensīga mantu uzkrāšanu vai dižošanās sociālā pārākumā, jo lietas un to patērēšanas prakses ir cilvēces attīstības pamatā.

Promocijas darba 1.nodaļā veltīta jēdziena *patērētāju kultūra* teorētiskai izpratnei, kā arī patērētāju kultūras saistībai ar postmodernisma laikmetu. Nodaļā ietverts dažādu patēriņa pētniecības teorētisko virzienu apskats un teorētisku diskusija.

1.1. Patērētāju kultūras veidošanās un teorētiska izpratne

Diskusijā par patēriņu globālā dimensijā iezīmējas trīs ietvari: 18. gadsimta ienestās pārmaiņas, amerikanizācija un globalizācija. Tāpat šajās diskusijās samanāma vienkārša vispārpieņemta hronoloģija: tradicionālisms – modernisms - postmodernisms, hronoloģija, kas turpina būt par pamatu daudziem patērētāju kultūras pētījumiem. Šāda pieeja iezīmē kustību no atšķirīgā uz standartizāciju, no dāvanu apmaiņas uz preču apmaiņu.

Tomēr būtu pārāk vienkāršoti pielīdzināt patērētāju kultūru “pārpilnības laikmetam”, kas uzplauka pēc Otrā pasaules kara, uzskata Frenks Trentmans (*Frank Trentmann*) un aicina patēriņa kritiķus būt reālistiskākiem un vēsturiski jūtīgākiem, saistot patērētāju kultūras izpratni ar ilgāku attīstību (Trentmann 2009: 197). Materiālās kultūras pētniecība apliecina, ka preces, pārtika un pakalpojumi turpina būt par sociālo attiecību daļu, kā arī par identitātes apliecinātāju un komunikācijas veidu.

Vēsturnieki ir izvirzījuši komodifikācijas⁸ (*commodification*) paradigmu kā prioritāru industriālā kapitālisma laikam. Cilvēku radošums patēriņa procesa nosacītā

⁸ *Commodification* – komodifikācija, tirdznieciskošana, komercializācija, padarīšana par preci. Angļu valodā termins tiek lietots kopš 1977. gada. Ar komodifikāciju tiek saprasts, ka tas, kas līdz šim nav bijis prece, tiek padarīts par pirkšanas un pārdošanas objektu. Piemēram, attiecību *komodizācija* ir attiecību pārveidošana tirdznieciskās, komerciālās attiecībās, nodomu *komodizācija* – nākotnes nodomu komercializēšana un pakļaušana pirkšanas un pārdošanas principiem. Termina latviskā nozīme skaidrota, atsaucoties uz diskusiju interneta portālā *ProZ.com* (the translation workplace).

preču ieguvē ir krietni vien attālinājies no iepriekšējā preču fetišisma (Trentmann 2009: 206). Pretēji vispārpieņemtam uzskatam, patērēšana modernā masu patēriņa modeļos bieži vien sarūk saistībā ar komodifikāciju. Tādējādi ar komodifikāciju tiek saprasta preču kustība laikā un telpā, precēm kļūstot maināmām un universālām (Trentmann 2009: 205). Piemēram, viedtālrunis ietver funkcijas, kuru veikšanai agrāk vajadzēja vairākas ierīces. Modernās ražošanas metodes ir bijušas atšķirīgas, un tādas arī paliek. Rūpnīcas aprīkojums, piemēram, automašīnu ražošanai, ir mazāk oriģināls nekā aprīkojums mēbeļu, programmatūru, apģērba ražošanai, jo nelieli ražotāji var vieglāk iegūt jaunas iekārtas un apgūt jaunas iemaņas.

Patēriņš nav vienkārši vienādojams ar komodifikāciju, jo patēriņš veidojas no lietošanas un praksēm. Zināšanas par pasaules iedzīvotāju materiālo dzīvi ir juceklīgas un fragmentāras. Varbūt tas ir tāpēc, ka nav īsti skaidrs, kāda ir bijusi patēriņa izpratne dažādās kultūrās jaunajā globalizācijas ērā, uzskata Trentmans. Pieaugoša interese par vēsturisko un mūsdienu patēriņu vērojama ne tikai Rietumos, patēriņu pēta arī Ķīnā, Japānā un citviet pasaulē.

Termins *patērētāju kultūra* pirmoreiz lietots 1976. gadā Stjuarta Ivena (*Stuart Ewen*) publikācijā “Apziņas kapteiņi: patērētāju kultūras sociālās saknes” (“*Captains of Consciousness: Social Roots of the Consumer Culture*”). Šī Stjuarta Ivena publikācija un Daniela Bella (*Daniel Bell*) publikācija “Kapitālisma kultūras pretrunas” (“*The Cultural Contradictions of Capitalism*” 1976) atspoguļoja pētījumus par patērētāju kultūras un postmodernisma saistību, tomēr citu pētnieku uzmanības lokā nonāca krietni vēlāk (Featherstone 2007). Izpratni par postmodernisma saistību ar patērētāju kultūru būtiski ietekmēja Frederika Džeimsona (*Frederic Jameson*) publikācijas, kurās postmodernisms tika saistīts ar vēlīno kapitālismu, periodu pēc Otrā pasaules kara, kurā veidojās patērētāju sabiedrība. Minētie teorētiķi patērētāju sabiedrību uzskatīja par kultūras pārsātinātu sabiedrību, kurā ražošana ir vērsta uz patēriņu ar pārmērīgu zīmju un tēlu daudzumu, un, viņuprāt, tas palīdzēja uzplaukt *Disnejlendās kultūras* un tradicionālās kultūras *modernajam sajaukumam*, jo 20. gs. Amerika ar Holivudu un supermārketiem ietekmēja arī Eiropu. Pēc F. Trentmana uzskata, patērēšana ir jauns dzīvesstils, kurā patēriņš ir izšķirošs sevis veidošanā, un tas ir sākums patērētājam – pilsonim. Kopš pagājušā gadsimta 30. gadiem sapņi par labāku materiālo dzīvi cirkulēja daudzu valstu sabiedrībās. Nacistiskais režīms kopā ar biznesu radīja vēlmi pēc

materiālā komforta pasaules, kura pārdzīvos karu un destrukciju. Šo sajūtu ģimenes paņēma līdzī uz pēckara gadiem, un to stimulēja amerikāņu ekspansija ar Holivudas zvaigžņu sistēmu, pašapkalpošanās supermārketiem, korporatīvu reklamēšanos.

Līdz pagājušā gadsimta 90. gadiem patērētāju kultūra socioloģijā un kultūras studijās tika vērtēta negatīvi. Ar patērētāju kultūru saistījās postmodernisms, un šādu kultūru uztvēra negatīvi kā virspusēju un hedonisku⁹ (Featherstone 2007: xv). Patērētāju kultūra, pievēršoties arī aktīvam dzīvesstilam un ķermeņa kopšanai, bija saistīta ar mobilitāti: ar sociālo mobilitāti un ķermeņa fizisko aktivitāti, ar darba meklējumiem, ar jaunām brīvā laika pavadīšanas iespējām, un 20. gadsimta mobilitāti nodrošināja braukšana ar auto. Moderno dzīvesveidu asociēja ar nebeidzamu jaunu preču iegādi un arī ar efektīgu mājas vides iekārtojumu, kam bija jāatbilst jaunajam dizaina stilam un jānodrošina vieglāka mājas kopšana. Lai gan aizdomas par neapvaldītu materiālismu veidojās lielā daļā Eiropas (daļēji arī ASV) elites, uzskata Trentmans un Koens, tomēr Eiropā īpašumi un materiālais komforts tika uztverts kā likumīgs un produktīvs radošums, kā pašpilnveidošanās un pat kā Dieva nodoms (Cohen 2006: 24–29). Pirmās pēckara diskusijas par izaugsmes ierobežošanu sākās 1973. gada degvielas krīzes laikā, kam 90. gados sekoja diskusijas par globālo sasīšanu. Kļuva skaidrs, ka patērēšanai ir robeža un ka dzīvojam *riska sabiedrībā*, kas vairo ne tikai jaunas patēriņa lietas, bet arī jaunus draudus, uzskata socioloģijas profesors Maiks Fezerstouns¹⁰ (*Mike Featherstone*).

Patērētāju kultūra uzsver lietu pasauli un tās strukturizācijas principus kā galvenos mūsdienu sabiedrības izpratnē. Tas ietver duālu procesu: kultūras dimensijā saprastu ekonomiku, kas simbolizē materiālās lietas ne tikai kā lietderīgas, bet arī kā komunikācijas sastāvdaļu un, otrkārt, ekonomiku, tirgus principus, kas balstās uz pieprasījumu, piegādi, kapitāla uzkrāšanu, konkurenci un monopolizāciju un līdz ar to pārvalda dzīvesveidu un patēriņa preču plūsmas (Featherstone 2007: 82). Tomēr patēriņu nevar uzskatīt tikai par hedonisku un impulsīvu, kaut gan ir daudz šādu iezīmju reklāmā un dzīvesveida attēlojumos, kas nepārprotami saista patērētājus. Patērētāju kultūra ir saistīta arī ar zināšanām. Tās ir zināšanas ne tikai par rentablām precēm un

⁹ Par patēriņa saistību ar emocijām plašāk sk. promocijas darba 3. nodaļā.

¹⁰ Londonas Goldsmita universitātes socioloģijas profesors Maiks Fezerstouns ir centra *Theory, Culture & Society* (darbojas Notingemas Trentas universitātē) direktors. Centrs sagatavo izdevumus, kuros tiek analizēta klasiskā sociālā teorija, un pēta, kā tradīciju pārveido jaunie teorētiķi. Publikācijas pievēršas arī ikdienas dzīves, populāras kultūras un intelektuālo kustību pētījumiem. 1982. gadā M. Fezerstouns nodibināja žurnālu “*Theory, Culture & Society*”, ir tā redaktors, kā arī žurnāla “*Body & Society*” redaktors.

darījumiem vai zināšanas par vīnu, dekoriem, restorāniem un ceļojumu galamērķiem, bet arī zināšanas par lietu ētisko pamatu, kas īpaši svarīgi jaunajai vidusšķirai kā patērēšanas gaumes noteicējai.

Bagāto un vidusšķiras dzīvesveidam uzmanību nemitīgi pievērš televīzijas raidījumi, kuru uzmanības centrā ir mājas dzīves uzlabošana, mēbeles, ārpilsētas mājas iegāde, brīvdienu plānošana, automašīnas, modes preces, notikumi slavenību dzīvē. Plašsaziņas līdzekļi cenšas panākt līdzsvaru starp slavenību un turīgākās vidusšķiras dzīvesstilu un *parasto cilvēku* pūlēm uzlabot savu dzīvesstilu, bieži izmantojot kredīta starpniecību. Fezerstouns uzskata, ka *pārveides koncepcija* joprojām ir galvenā koncepcija patērētāju kultūrā, ko uztur nebeidzami mediju temati par dzīvesveida, telpas, attiecību, identitātes un ķermeņa pārveidošanu, turklāt ķermeņi uzsverot kā galveno labas dzīves līdzekli, kā avotu sajūtu priekam, ko nodrošina ķermeņa kopšana un uzlabošana.

Uzskatus par patērētāju kultūru, ko ietekmē politiskās institūcijas, normas un vērtības, ilgstoši veidojis Rietumu modernisms, atzīmē Trentmans. Piemēram, ASV valdība nostiprina tādus sociālos tīklus kā Rotari klubs, popularizējot savu redzējumu par demokrātiju un sociālajām praksēm. Amerikāņu patērētāju kultūra ar tās neierobežotajām teritoriālajām un sociālajām ambīcijām joprojām kontrastē ar “veco buržuāzisko” Eiropu, ko ierobežo šķiras un nācijas ar atšķirīgu dinamiku. Tā kā amerikanizācija notiek arī nomalēs un pieņem hibrīdu formas, arī eiropieši izvēlas noteiktus aspektus un iekausē tos savās dzimtajās tradīcijās, uzskata Trentmans. Piemēram, postsociālisma valstīs māju iekārtojumā gandrīz obligāts elements ir atvērtā tipa “amerikāņu virtuve”. Neseni socioloģiski pētījumi, kuros salīdzinātas ikdienas dzīves prakses (ēšana un lasīšana) dažādās valstīs, uzrāda visaptverošu gaumes vienādošanos (Southerton et al. 2012). Apbrīnojami līdzīgas kļūst pat dažādu kontinentu megapoles (Trentmann 2009: 190). Trentmans norāda, ka notiek arī cits savdabīgs process, piemēram, Savienotajās Valstīs, ietekmējoties no Lielbritānijas, iedzīvotāju dzīvesstils kļuvis daudzveidīgāks un specializētāks, savukārt Holandē un Norvēģijā pieaug dzīvesstila vienveidība.

1.2. Patērētāju kultūras un postmodernisma saistība

Sajūta būt mūsdienīgam asociējas ar Fuko atziņu, ka mūsdienīgs cilvēks ir tāds cilvēks, kurš pastāvīgi cenšas izdomāt pats sevi.

Terminu *postmodernisms* pirmoreiz lietoja spāņu rakstnieks Federiko de Oniss (*Federico de Onis*), tas notika 1934. gadā¹¹. Turpmākajos gados termins netika lietots, līdz Arnolds Toinbijs (*Arnold Toynbee*) darbā “Pētījums par vēsturi” (“*A Study of History*”, 1938), kas tika publicēts tikai pēc Otrā pasaules kara, to interpretēja kā negatīvu fenomenu. Termins kļuva populārs 60. gados Ņujorkā, kad to savā leksikā uzņēma jaunie mākslinieki, rakstnieki, kritiķi. 20. gadsimta 70. un 80. gados termins ceļoja turp un atpakaļ starp ASV un Eiropu un gaidīja teorētiskus skaidrojumus, izraisot plašas diskusijas par postmodernismu, kurās iesaistījās tādi teorētiķi kā Daniels Bells, Jūlija Kristeva (*Julia Kristeva*), Žaks Deridā (*Jacques Derrida*), Mišels Fuko (*Michel Foucault*), Jirgens Hābermāss (*Jürgen Habermas*), Žans Bodrijārs (*Jean Baudrillard*), Frederiks Džeimsons. Kā argumentē Fezerstouns, termins *postmodernisms* pamatojas uz modernā noliegumu.¹²

Dažādi teorētiķi atšķirīgi pamatojuši arī postmodernisma un patēriņa saistību. Posmodernisma pētnieks Žans Fransuā Liotārs (*Jean-François Lyotard*) 20. gs. 70. gadu otrajā pusē paziņoja, ka ar jēdzienu *postmoderns* tiek apzīmēts kultūras stāvoklis pēc pārmaiņām, kas kopš 19. gs. skārušas zinātnes, literatūras un mākslas spēles noteikumus. Vai vienkāršojot, par *postmodernu* sauc neticību meta naratīviem, kuri veidojās, kad zinātne sāka leģitimēt diskursu par savu statusu, meklējot atbalstu kādā no lielajiem stāstījumiem – gara dialektikā, jēgas hermeneitikā, bagātības pieaugumā (Liotārs 2008: 7–10). Diskutējot par zināšanu un varas attiecībām postmodernajā laikā, Liotārs secina, ka lēmumu pieņēmēju rokās mūsu dzīve kļūst par veltījumu varas pieaugumam un sociālā taisnīguma jomā varu leģitimizē efektivitāte: “Esiet efektīvi, tas ir, savstarpēji samērojami, vai arī pazūdiet!” Un patērēšana ļauj būt samērojamiem.

Žans Bodrijārs akcentē, ka postmodernismu raksturo cilvēku vēlme vairāk patērēt tēlus, ideālus, fantāzijas un stilus, nevis patērēt lietas. Mediji izstrādā patēriņa galvenos kodus, bet indivīdi, balstoties uz mediju vēstījumiem, konstruē savu identitāti. Patēriņa preču pasaule ir bezgalīgi pavairojama, un kļūst neiespējami nošķirt oriģinālu no faksimila. Tādējādi postmodernisms piedāvā radīt kaut ko jaunu bez pamatiem – tas ir, ilūziju, simulāciju (Bodrijārs 2000). Bodrijāra uzskatā patērētāju kultūra ir iedarbīga

¹³ Sk.: <http://www.answers.com/topic/post-modernism-4#ixzz20nKxbZcS> Oxford Grove Art: Post-Modernism

¹⁴ Termins *postmodernisms* kā kultūras un estētikas virziena apzīmētājs, lielā mērā pamatojas uz *modernā* noliegumu, uzsverot atsacīšanos un lūzumu, stingri virzoties prom no *modernā* pamatiezīmēm. Tas padara *postmodernu* par precīzi nedefinējamu terminu, jo *postmodernais* netiek aplūkots kā pilntiesīgs pats ar savām tiesībām. Termins *postmodernitāte* nozīmē vēsturisku nomaigu vai *modernā* pārrāvumu, iekļaujot jauna sociālā kopuma veidošanos ar saviem atšķirīgiem organizēšanās principiem (Featherstone 2007: 1-2).

postmodernā kultūra, sekla kultūra, kas vērtības pārvērš par tranzītvērtībām un uzsver mākslas triumfu pār realitāti.

Bruno Latūrs diskutē par postmoderno sabiedrību, tās virzību uz postindustriālo kārtību. Viņa intereses saistās ar sabiedrības kompjuterizācijas efektiem. Savukārt Frederiks Džeimsons postmodernismu apcer kā vēsturisku pārbīdi, kā kultūras dominanti kapitālisma trešajā stadijā, kas izveidojās pēc Otrā pasaules kara. Džeimsons ir identificējis postmoderno kultūru kā realitātes transformāciju tēlos un laika fragmentēšanu nepārtrauktas tagadnes virnējumā (Jameson 1982; 1991). Iespējams, lai interpretētu pieredzi kā postmodernu, ir nepieciešami norādījumi, kā veidot sajūtas par lietām, kuras cilvēki pilnībā nav pazinuši vai arī saskarsme ar tām notikusi, lietojot nepiemērotus kodus. Daniels Bells un Frederiks Džeimsons piemēro postmodernisma mērogu, skaidrojot kultūras nozīmes paplašināšanos mūsdienu Rietumu sabiedrībā. Danielam Bellam tas ir postošs spēks, kas atbrīvo un reklamē kultūru kopā ar masu patēriņa kultūru, gāž tradicionālās buržuāzijas vērtības un grauj puritānisko ētiku (Bell 1976), bet viņa darbos nav modeļa, kā citādāk postindustriālā sabiedrība varētu aizsākt postmodernisma kultūru. Arī Džeimsons postmodernismu attiecina uz kultūru plašākā nozīmē un iezīmē postmodernismu kā kultūras dominanti, kas vada kultūras transformāciju mūsdienu sabiedrībā. Līdzīgi Bodrijāram viņš argumentē, ka postmodernisms bāzējas galvenokārt mūsdienu decentralizētajā globālajā tīklā, kas it visur sociālajā sfērā rada neparastas kultūras izpausmes un tādēļ visa sociālā dzīvē faktiski kļūst izrietoša no kultūras.

Saistībā ar interneta pasauli indivīdi tiek iesaistīti citu cilvēku ikdienas praksēs, un šī iesaiste turpinās kā informācijas iegūšana par citu cilvēku statusu un sociālo stāvokli, izzinot un sekojot viņu uzvedības modeļiem (Featherstone 2007). Akceptējot izplatītus pieņēmumus par patērētāju kultūras izpausmēm ikdienas dzīvē, tomēr jānoraida viedokļi, ka reklāmas un mārketinga tēli ir pilnīgi pārņēmuši patērētāju fantāzijas un ka tajās valda tikai materiālistiskas vēlmes. Daudzos pētījumos par patērētāju fantāzijām materiālisms parādās saistībā ar pētījumu jautājumiem par fantāzijām patērēšanā vai par fetiša precēm, nevis saistībā ar jautājumiem par ikdienas dzīves sapņiem (Jenkins et al. 2011). Patērētāju sapņi par emocionāli piepildītām attiecībām un siltām ģimeniskām saitēm bieži vien ir saistīti ar materiālām lietām, kas funkcionē kā atbalsts mājas atmosfērai.

Viens no pazīstamākajiem postmodernisma koncepta veidotājiem Zigmunts Baumans (*Zygmunt Bauman*) 20. gs. 90. gadu beigās sāka pievērsties diviem

atšķirīgiem, bet savstarpēji saistītiem pētījuma priekšmetiem: postmodernitātei un patērnieciskumam. Viņš attīstīja viedokli, ka modernajā sabiedrībā 20. gs. 80. un 90. gados ir notikusi nopietna pārbīde – ražotāju sabiedrība ir kļuvusi par patērētāju sabiedrību. Saistībā ar šādu pārmaiņu, pēc Baumana domām, laikmeta drošības un stabilitātes izjūta tiek atmesta ar nolūku baudīt pieaugošo neatkarību, aizvien lielāku brīvību pirkt, patērēt un baudīt dzīvi. 90. gados Baumans savās grāmatās rakstīja par pārbīdi no modernitātes uz postmodernitāti, bet kopš jaunā gadu tūkstoša sākuma viņš cenšas izvairīties no termina *postmodernitāte* tā neskaidrības dēļ un lieto tādas modernitātes metaforas kā *liquid* (izplūdis) un *solid* (kompakts, stabils, pārliecinošs u.tml.). Mūsdienu patērnieciskumā Baumans saskata nenoteiktību, saistot to ar *izplūdušo* modernitāti. Nenoteiktībā Baumans saskata bailes un bažas, kas nomāc cilvēkus, un šādas *nenoteiktas* bažas ir bezveidīgas un grūti identificējas. Savā ziņā to var salīdzināt ar garīgo stāvokli, kas rodas saistībā ar nespēju atmaksāt parādu, ko radījis postmodernais patēriņš gan privātā, gan valstu līmenī.

2011. gada maijā saistībā ar Eiropas Kultūras kongresu Vroclavā iznāca jaunākā Baumana grāmata “Kultūra mūsdienu izplūdušajā pasaulē” (“*Culture in a Liquid Modern World*”), kurā tiek analizēti kultūras procesi, kas piedzīvo gan draudus, gan iespējas tālākai attīstībai. “Tiek meklēti skaidrojumi, kā kultūras procesus ietekmē apkārtējās realitātes pārmaiņas, it īpaši tirgus un ekonomikas situācija, kā arī globalizācija un vispirms jau piespiedu un apsēstības pilnā modernitāte”, skaidrots kongresa interneta vietnē¹³.

Grāmatā Baumans uzsver, ka šodien kultūra veidojas no piedāvājumiem, bet ne no aizliegumiem, no priekšlikumiem, bet ne no normām. Baumans uzskata, ka kultūra nevis apgaismo un padara labāku “vienkāršo tautu”, bet kultūras kontekstā notiek iespējamo *klientu pievilināšana*. Notiek kārdinājuma pretnostatīšana izglītībai un cildenumam, un tā nav vienreizēja akcija, bet vispārēja aktivitāte, un tās galvenā interese ir nepieļaut apmierinājumu, kas neatstātu vietu jaunām, nepiepildītām vajadzībām un vēlmēm. Aprakstot milzīgo kultūras piedāvājuma haosu un cilvēku tieksmi to visu patērēt, Baumans uzsver šim laikam raksturīgo sajūtu: „Nav kultūras, kas būtu man sveša. Es varbūt nevaru identificēties ar visu pasaules kultūru simtprocentīgi, pilnīgi un absolūti un to nedarīšu par aizlieguma cenu citām manām

¹³ *European Culture Congress*. “Culture in a Liquid Modern World”, the latest book by Zygmunt Bauman, to be presented at the Warsaw Book Fair (12–15 May 2011, Palace of Culture and Science, Warsaw).

Pieejams: http://www.culturecongress.eu/en/pressroom/pressroom_info (skatīts 12.12.2013.).

baudām. Es visur jūtos kā mājās, bet, par spīti tam, nav vietas, ko es sauktu par mājām” (Bauman 2011:2). Šī milzīgā kultūras patērēšanas piedāvājuma kritika nav tik daudz kādas izkoptas gaumes konfrontācija ar citu – tautas – gaumi, bet gan vispatērēšanas pretstatīšana izvēlētai patērēšanai. Baumans uzskata, ka kultūras elite ir dzīva arī šodien, tikai sabiedrība ir pārāk aizņemta ar sekošanu panākumiem un ar kultūrai piesaistītu notikumu svinēšanu, lai formulētu pastāvīgus kultūras kanonus. Viņš, stāvot savrup no principiem „neesi pārāk izvēlīgs” un „patērē vairāk”, jūt, ka nav daudz, ko teikt pūlim kultūras hierarhijas pakājē (Bauman 2011: 3). Ņemot vērā Baumana kreisi orientētos politiskos uzskatus, kā arī spēcīgo antiglobālisma un patērnieciskuma kritiku, likumsakarīgs ir viņa viedoklis, ka šādas nemitīga patēriņa ietekmētas cilvēku masas ir viegls un labs mērķis globālajām varām: “Tikai varas spēj gūt labumu no cilvēces kopienas veidošanā nogurdinātajiem un no vienotas kontroles pār cilvēces stāvokli un nosacījumiem, kas to veido” (Bauman 2011:70). Baumana pozīcija piedāvā nevis neitrālu skatu uz pasauli, bet gan kritisku, vērtīborientējošu, kultūru analizējošu un pārsvarā utopiskos normatīvos iezīmētu (Davis 2010:4).

Analizējot postmodernisma kultūru, iezīmējas trīs aspekti: postmodernismu aplūko mākslā, akadēmiskajā un intelektuālajā vidē. Lai apskatītu postmodernismu padziļinātā līmenī, jāpievēršas mākslinieku, intelektuāļu un pētnieku simboliskajai produkcijai un viņu attiecībām ar medijiem, kā arī saistībai ar patērētāju kultūru un modes sfēru. Vēl vairāk paplašinot redzesloku, ieraugāma postmodernisma saistība ar to globālo kultūru, kuru dēvē par *globalizāciju* (Featherstone 2007:8). Tādējādi postmodernisma jēdziens nav piederīgs tikai mākslinieku, intelektuāļu vai pētnieku videi. Tas aicina runāt par pārmaiņām ikdienas dzīves praksēs un par plašu sabiedrības grupu kultūras pieredzi.

1.3. Patērētāju kultūras un patēriņa pētniecības teorētiski virzieni

20. gadsimta patēriņa pētniecībā spilgti iezīmējās mūsdienu patēriņu kritizējoša zinātniska pozīcija. Savukārt pēdējos 25 gados patēriņa pētniecības teorētiskajās diskusijās vairāk dominējusi pozīcija, kura uzsver, ka teorētiski kritiskā pozīcija patērētājus rāda kā pārāk pasīvus, arī patērēšanas motīvi tiek pārāk vienkāršoti. Vēsturē, antropoloģijā, kultūras studijās, socioloģijā, ģeogrāfijā un tirgzinībās speciālisti ir pētījuši patēriņu no dažādiem skata punktiem un ar daudzveidīgām pētniecības metodēm. Džūlieta Šora (*Juliet B. Schor*) uzsver, ka pēdējo 20 gadu pētījumi (Slater

1997; Miller 1995; Arnould & Thompson 2005) ir ievērojami vairojuši zinātnisko izpratni par patērētāju sabiedrības veidošanos un attīstību, par patērētāju pieredzi patēriņa aktivitātēs un preču iegādē, par patēriņa lomu sociālās nevienlīdzības konstituēšanā saistībā ar dzimumu, rasi un šķiru, par mazumtirdzniecības raksturu, par globālā patēriņa politiku.

Teorētiski patēriņa pētniecība balstās uz nedaudziem patērētāju kritiķiem, kas darbojušies pirms pusgadsimta un vēl senāk: Veblens, Adorno, Horkhaimers, Gelbreits, Bodrijārs. Jaunākā pētniecība ir ieguvusi analītisku jaudu un spēku, daļēji diferencējoties no šīs agrākās perspektīvas un neapšaubāmi ir produktīva, uzskata Šora (Schor 2007). Tomēr tādi notikumi kā globālās ražošanas sistēmu rašanās, ekoloģiskā degradācija un jauni atklājumi par labklājības garantēšanu ir izaicinājumi, kas liek atkal atcerēties patēriņa kritisko tradīciju. Šora norāda, ka teorētiskā doma pēdējos 25 gados ir virzījusies vairāk mikrolīmeņa izpētes virzienā, interpretējot pētījumus tādējādi, ka tie bieži ir depolitizēti un bez analītiski kritiskas pieejas. Savukārt Džeralds Krīds (*Gerald Creed*) ir pārliecināts, ka sociālismu kā sistēmu un tā radītās patērēšanas prakses var izprast tikai tad, ja saprot, kā tas tika radīts, vadīts, uzturēts un pārvarēts tieši ikdienas dzīves praksēs (Creed 2008). Tādējādi, viņaprāt, lai izprastu patēriņa būtību, ir padziļināti jāpievēršas mikrolīmeņa un ikdienas dzīves prakšu analīzei. Protams, vispārēji tiek atzīts, ka mikrolīmeņa un makrolīmeņa – individuālā patērētāja un tirgus – saistību pētniecība prasa veidot abu šo analītisko līmeņu sakabi, un labākās mūsdienu patērētāju sabiedrības analīzes to arī dara.

Saistībā ar promocijas darba tēmu izvērtējot pētījumus par Rietumu piepilsētām, tīriem postmodernās patērētāju kultūras iemiejumiem, kā tās nodēvējis Fezerstouns –, var secināt, ka pētījumi tiešām vairāk koncentrējas uz sociālajām praksēm. Savukārt postsociālisma suburbānā vide pētīta lielākoties saistībā ar politiskās un ekonomiskās sistēmas transformāciju, kas neapšaubāmi bijis ārkārtīgi nozīmīgs process Centrāleiropā un Austrumeiropā, bet sociālās un patērēšanas prakses pētītas mazāk.

Patērētāju kultūras pētniecībā izšķir trīs galvenās teorētiskās ievirzes. Pirmā ievirze, kā apraksta Fezerstouns (Featherstone 2007), balstās uzskatā, ka patērētāju kultūra virza kapitālistisku patēriņa preču ražošanu, kas plaši attīsta materiālās kultūras uzkrājumus patēriņa preču formā un attīsta pirkšanas un patērēšanas vietas, kuras veidojas arī saistībā ar brīvā laika palielināšanos un patērēšanas aktivitāšu pieaugumu. Otrais uzskats ir ar izteiktāku socioloģisku ievirzi, proti, ka personiskais apmierinājums rodas no patēriņa precēm, un tas ir saistīts ar sociāli strukturētu pieeju, kurā

apmierinājums un statuss ir atkarīgs no spējām izdzīvot inflācijas apstākļos. Trešā pieeja saistās ar patēriņa emocionālo baudu. Patērētāju kultūrā sapņi un vēlmes rada svētiskus, iesaistot arī noteiktas patērēšanas vietas, kuras izraisa labsajūtu un estētisku baudu. Tādējādi patēriņu nevar uzlūkot tikai kā problēmu, ko rada ražošana. Fezerstouns uzskata, ka mūsdienās priekšplānā izvirzās jautājums par patērētāju kultūras nozīmes pieaugumu, jo patēriņa lietu daudzums Rietumos aktualizē jautājumu par kultūras, ekonomikas un sabiedrības attiecībām.

Patērētāju kultūras un patēriņa pētniecība joprojām teorētiski balstās uz kritizējošas pozīcijas teorētiķiem. Kritiskajiem viedokļiem gan tiek pārņemts, ka nav izdevies sniegt pietiekamu izvērstu novērtējumu par patērētāju apzinātu rīcību un sekām, ka patērētāji attēloti pārāk vienveidīgi patēriņā un tiek vērtēti kā elitāri, gandrīz reakcionāri savās augstajās privilēģijās, bet netiek uzsvērts, ka patērēšana ir vienkārši popkultūra. Sekojot Šoras pieejai, var nošķirt trīs galvenās tradīcijas patērēšanas pētījumu kritiskajā spārnā. Sākotnējai patērētāju kritiķu kopai pieskaitāms vispirms jau Torsteins Veblens (*Thorstein Bunde Veblen*), vēlāk arī Pjērs Burdjē (*Pierre Bourdieu*). Otrs kritiskās tradīcijas loks sākas ar Teodoru V. Adorno (*Theodor W. Adorno*) un Maksu Horkheimeru (*Max Horkheimer*), bet trešo kritiskās tradīcijas virzienu iezīmē Džons Gelbreits (*John Kenneth Galbraith*), Venss Pekards (*Vance Packard*), Betija Frīdena (*Betty Friedan*), Stjuarts Ivens.

1.3.1. Teorijas par sociālā statusa patērēšanu

Teorijai par statusa patērēšanu aizsākumi saistāmi ar Torsteina Veblena (*Thorstein Bunde Veblen*) klasisko pētījumu “Teorija par brīva laika šķiru¹⁴: institūciju ekonomiska pētniecība” (*The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*, 1899). Veblena teorētisko pieeju *demonstratīvā jeb uzkrītošā patēriņa* (*conspicuous consumption*¹⁵) pētniecībā vēlāk pārņēma daudzi pētnieki, bet tā arī kritizēta par to, ka nav empīriski pierādīta, tāpat ir apšaubīta tās nozīme mūsdienu

¹⁴ Latviešu valodā, aprakstot T. Veblena darbu, *leisure class* tulkota arī kā “dīkdieņu šķira”, “nestrādājošo šķira”, arī “bezdarbīgo šķira”.

¹⁵ Franču val. *consommation ostentatoire* (burtiskā nozīmē – lielīgais, plātīgais patēriņš), krievu valodā tiek lietots termins *демонстративное* (arī *престижное, показное, статусное*) *потребление*.

Ivars Ījabs – M. Horkheimera un T. V. Adorno darba “Apgaismības dialektika. Filosofiski fragmenti” (2009) tulkotājs, izdevuma piezīmēs skaidro: “*conspicuous production* – aizdomīgā ražošana (angl.) ir parafrāze par sociologa Torstena Veblena (Veblen, 1857–1929) terminu “*conspicuous consumption*” (aizdomīgā patērēšana), kas apzīmē jaunbagātnieku vēlmi izrādīt savu statusu ar pārmērīga patēriņa publisku izrādīšanu”. Promocijas darba autore uzskata, ka, Veblena terminu tulkojot kā “demonstratīvais”, arī “uzkrītošais” patēriņš, tiek precīzāk izteikta tā jēga.

patērētāju sabiedrības pētniecībā. Arī mūsdienu pētniecības projektos ASV *demonstratīvais patēriņš* tiek pētīts. Lielākoties gan tā ir kvantitatīvā pētniecība, kas fokusējas uz patērētāju uzvedību un saistību ar to, ka citi vēro, un patērētāji zina par šo vērošanu.

Veblens veica plašu un dziļu izziņu par lietām un to vietu cilvēku dzīvē. Viņa „brīva laika šķiras” teorija ir analīze par bagātnieku un jaunbagātnieku tēriņu modeļiem 19. gadsimta beigās. Pētījuma centrā ir hierarhiska sociālā struktūra, kurā pastāv statusa konkurence un statusu nosaka bagātība. *Demonstratīvais patēriņš* ir publisks mehānisms, ar kuru bagātība tiek apstiprināta sacensībā (Schor 2007:18). Publiskas izrādīšanās nepieciešamība izraisa stimulu, ko mūsdienu teorētiķi sauc par morālo risku, jo tā ir motivācija melot vai rīkoties neētiski. Veblens to traktē kā bagātības pārspīlējumu. Demonstratīva bagātība tās dažādajos veidos ir efektīvs informācijas nodošanas mehānisms. Veblena modelī patērēšanas publiskums, tās acīmredzamība, ir galvenais pētījumu objekts, kura analīzei izmantotas vairākas analītiskās pieejas, tomēr daudzas hipotēzes šķiet apšaubāmas. Acīmredzamības akcentēšana arī signalizē, ka modelis analizē attiecības starp *demonstratīvo, uzkrītošo patēriņu* un ne tik ieraugāmo patēriņu, skaidro Šora. Modelis izmanto “lejup tekošas strūkļas” mehānismu, kurā mazāk turīgas mājsaimniecības ar jauniem patēriņa modeļiem cenšas iegūt statusa lietas un imitē bagātības izplatīšanos. Ienākumiem pieaugot, augstākā statusa *greznība* kļūst par zemāka statusa *vajadzību*, bet “augšas” tiecas atkal pēc jaunām izrādīšanās lietām. Modeļa otra iezīme – indivīdi tīši paaugstina savu statusu, jo atrodas savu vēlmju kalpībā un darbojas labi organizētā sociālā vidē ar kopīgiem lēmumiem un vērtībām (Schor 2007:18).

Veblena aprakstītajiem patērētājiem ir skaidra sociālā orientācija, jo viņa teorija paļaujas uz kopīgi atpazīstamiem statusa simboliem. Patēriņš realizē savu sociālo vērtību, nevis būtiskas ražojuma vai personiskas gaumes nozīmes. Veblens analizēja arī, kādu lomu spēlē ticība veiksmei, – azartiskas dabas cilvēkiem šī ticība ir būtiska. Tas ir animistisks¹⁶ lietu uztveres veids (Hobson & Veblen 1994: 276). Pretēji kultūras teorētiķiem, kuriem patērēšana ir apmierinājuma un bagātības vairošanas darbība, Veblena aprakstītie patērētāji ir frustrēti, jo statuss ir mainīgs un viņi bieži jūtas kā statusa “gūstekņi”, secina Šora.

¹⁶ Pirmatnēja ticība, ka lietām piemīt dvēsele.

Veblena pieejai, viņa analītiskajiem modeļiem bija sekotāji. Daudzi socioloģiskie pētījumi, to skaitā klasiskais Midltaunas pētījums (*Middletown studies*) apliecināja Veblena teoriju. Midltaunas pētījumā sociologi Roberts un Helēna Lindi (*Robert & Helen Lynd*) 20. gs. 30. gados pētīja Mansi (*Muncie*) pilsētu Indiānas štatā; ar “*middletown*” viņi apzīmēja nelielu vidusmēra Amerikas pilsētīņu ar 30 000 iedzīvotāju. Midltaunas pētījumi parādīja, ka zemākās sociālās šķiras ģimenes labprātīgi samazina līdzekļus pašām nepieciešamākajām lietām – pārtikai, apģērbam, lai saglabātu noteiktu līmeni demonstratīvajā patēriņā. Tomēr ne viens vien autors noliedza šāda patēriņa realitāti saistībā ar precīzas definīcijas trūkumu un nespēju šādu patēriņu analizēt empīriski. Satīriķis, žurnālists, brīvdomātājs un viens no 20. gs. pirmās puses nozīmīgākajiem ASV rakstniekiem H. L. Menkens (*Henry Louis Mencken*) savā 1919. gada darbā “*Aizspriedumi. Pirmā sērija*” (“*Prejudices. First series*”) sarkastiski jautā par demonstratīvā patēriņa būtību: “Vai es gūstu baudu no labas vannas peldes tikai tāpēc, ka kāds Džons Smits to nevar atļauties, vai arī tāpēc, ka mani iepriecina tīrības sajūta? Vai es dodu priekšroku noskūpstīt skaistu meiteni, nevis apkopēju, tikai tāpēc, ka apkopēju skūpstā sētnieks, vai arī tāpēc, ka skaista meitene labi izskatās, labi smaržo un labāk skūpstās?” (Mencken 1919:72).

Vairums pētījumu šajā tradīcijā, kā atzīmē Šora, tomēr ir izteikti materiālistiski, un pirkšanas modeļu izziņa pētniekus interesē vairāk nekā patērētāju kvalitatīvie dati, kad viņi vēlas izpētīt patērētāju nolūkus vai patērētāju interpretācijas par patēriņa lietām (Schor 2007). Tieši to arī pieprasa postmodernais laikmets, jo, atpazīstot patēriņa preces, var klasificēt to lietotāju statusu. Mūsdienās sociologi kritiskuma ietvaru parasti pavirza malā un vairāk paļaujas uz patērētāju pašu interpretācijām par patērēšanas aktivitātēm un praksēm, jo uz statusu orientētā pētniecībā patērētāji nelabprāt diskutē ar pētniekiem par saviem motīviem. Tomēr ar laiku Veblena statusa modeļu publiska kritizēšana kļuva populāra, un Jorkas Universitātes socioloģijas profesors Kolins Kempbels (*Colin Campbell*) pauda viedokli, ka Veblena pieeja nav empīriski pierādīta un to nevar uzskatīt par svarīgu jaunumu modernajā patērētāju sabiedrībā (Schor 2007:19). Kā alternatīvu, Kempbels izvirzīja modeli “patērētājs kā piekrāptais” un argumentēja, ka patērētāji tiek orientēti uz nebeidzamu “sapnis – pirkums – vilšanās” ciklu.

Veblena kritiķi ir identificējuši galvenās kļūmes un ierobežojumus viņa teorijā un statusa modeļos vispār. Piemēram, preču pasaule ir daudz sarežģītāka, nekā liecina modelis, un informatīvās prasības patērētājam, lai aptvertu preču masu, ir būtiskas un

pieaugošas. Jautājums par pašattīstību patērētāju sabiedrībā neapšaubāmi ir svarīgs, bet tas nenozīmē, ka šis process notiek vakuumā un nav saistīts ar sociālo nevienlīdzību vai statusu, norāda Šora. Pietiekami nav izpētīts jautājums, cik lielā mērā pašattīstību virza individuālās iezīmes, vai arī, kādā mērā to ietekmē sociālā šķira vai grupas un kādā – ierobežoti ekonomiskie resursi. Statusa modelis ir saderīgs ar dažām – turklāt ierobežotām – individualizācijas pakāpēm, un to var lietot, pētot patērētāju spēju atšifrēt patēriņa stilu un izvēli (Schor 2007). Daļa pētnieku aizstāv uzskatu, ka sabiedrība kļūst aizvien mobilāka un mazāk nevienlīdzīga, kas savukārt, ir novedis pie saskaņota statusa simbolu sabrukuma un pie *augstas* un *zemas* kultūras, secina Šora. Savukārt Roberts Franks (Frank 1999) uzskata, ka pēdējos 25 gados pasaulē ienākumu sadale un bagātība ir pieaugusi daudz nevienlīdzīgāk nekā iepriekš, un ir piedzīvojusi dramatiski augstākā līmeņa preču un pakalpojumu un arī inovatīvu produktu pieaugumu.

Veblena konceptu noraidīja arī postmodernā patērēšanas teorija. Bodrijāra attīstītā teorija, kas raksturoja postmodernisma laikmetu kā sadrumstalotu un stilizētu, īsti nesaderēja ar Veblena mērķtiecīgiem statusa meklētājiem. Postmodernais patērētājs ir atraktīva un drosmīga individualitāte, un, kā tēlaini raksturo Šora, uzvelkot un noģērbjot savas “lomas”, tas izvairās no noteiktām statusa pazīmēm. Laba dzīve postmodernismā vairs nav tikai skaidri iezīmēta statusa simbolu komplekta iegūšana, bet gan, pēc Duglasa Holta ieskata, “sevis radīšanas” projekts (Holt 2000).

Demonstratīvo patēriņu empīriski var pētīt saistībā ar vairākām teorijām. Līdzās jau pieminētajai Veblena „teorijai par brīva laika šķiru”, kurā demonstratīvais patēriņš tiek aplūkots saistībā ar reklāmu ienākumiem un bagātība – saistībā ar tēriņiem par izteikti dārgām precēm, nostājas arī Ādama Smita un Kārļa Marksa teorijas, uzskata ASV ekonomikas profesors Ori Hefecs, kura uzmanības centrā ir ekonomiskās uzvedības sociālie un kultūras aspekti (Heffetz 2007: 2). Savukārt citā grupā iekļaujamas teorijas, kas empīriskajos datos par demonstratīvo patēriņu ietver arī sociālās mācīšanās teorijas, saskaņā ar kurām indivīdu darbības balstās uz to, ko cilvēki iemācās, vērojot citus, iespējams, pat ignorējot savas esošās zināšanas. Galvenais pieņēmums šajos modeļos ir tas, ka darbības (tāpat kā izdevumi un patērēšana) ir demonstratīvas, ārišķas, bet informācija, uz ko balstās patērētāji, nav skaidri zināma vai arī nav īsti droša. Trešajā teoriju grupā demonstratīvais patēriņš ir saistīts ar sociālo identitāti un atbilstību tai. Distancēšanās no sociālās grupas visticamāk būs saistīta ar grupas dalībnieku patēriņa neatbilstību tipiskiem patēriņa modeļiem (Heffetz 2007).

Un, visbeidzot, demonstratīvajam patēriņam nozīmīga loma ir arī tajās teorijās, kur patērēšanas lietderība tiek analizēta atkarībā no konteksta. Demonstratīvā patēriņa izrādīšanai ASV tiek piešķirta lielāka nozīme nekā Eiropā, jo dzimtas statusa pretenzija ASV ir vājāka, savukārt Eiropā izteiktāk iezīmējas augšupejoša sociālā mobilitāte (Schor 2007). Vairums pētījumu šādā pieejā, kā atzīmē Šora, tomēr ir izteikti materiālistiski, un pirkšanas modeļu izziņa pētniekus interesē vairāk nekā patērētāju kvalitatīvie dati, kad viņi vēlas izpētīt patērētāju nolūkus vai patērētāju interpretācijas par patēriņa lietām (Schor 2007). Šo pētījumu vājās puses parādījās 20. gs. 70. gados, un kritiķi pārliecināja, ka patērētāji īstenībā nezina, kuras preces ir dārgākas, un preču izplatība ir sagrāvusi statusa sistēmas viendabību.

1.3.2. Teorētiku uzskati par patērētāju kultūras manipulējošo dabu

Klasisko ekonomistu uzskatos ražošanas mērķis ir patēriņš, kas, patērētājam sniedzot apmierinājumu, paplašina preču amplitūdu. Savukārt, 20. gs. marksistu uzskatos ražošanas attīstība tiek aplūkota kā lielākas iespējas patērētājus kontrolēt un manipulēt. Humanitāro un sociālo zinātņu blokā visietekmīgāk, šķiet, patērētājus kritizējošu pozīciju ir veidojusi Frankfurtes skola. Šo teorētiku pārdomas par sociālo emancipāciju, tehnoloģiju ietekmi kultūrā un mākslā un ideoloģiju kritika nav zaudējusi savu aktualitāti arī pēc Aukstā kara beigām, uzskata politoloģijas doktors Ivars Ījabs (Ījabs 2009: 402). Makss Horkheimers un Teodors V. Adorno darba “Apgaismības dialektika. Filosofiski fragmenti” (“*Dialektik der Aufklärung*”, 1944) sadaļā “Kultūrindustrija. Apgaismība kā masu krāpšana” iezīmēja pesimistisku skatu uz “kultūrindustriju” (ko var dēvēt arī par “patērētāju kultūru”), kura sagūsta patērētājus ar manipulācijām un “atpakaļejošām vajadzībām”. I. Ījabs uzsver, ka Horkheimera un Adorno analīzē “kultūrindustrija” (par “kultūrindustriju” autori ir nosaukuši 20. gs. 30.–40. gadu pārmaiņas Rietumu kultūrā un mākslā) atspoguļota kā viena no masveida ražošanas industrijām un kopā ar citām industrijām totāli kontrolē cilvēku dzīvi. Tādējādi kultūra zaudē savu izcilību un kļūst par lēti izpārdodamu preci. Tas savukārt iezīmē pašas kultūras sabrukumu, jo vēlīnajā kapitālismā notikusi tās piespiedu iekļaušana visaptverošajā preču apritē (Ījabs 2009: 413).

M. Horkheimers un T. V. Adorno savā pētījumā kultūrindustrijas produktus vērtē kā virspusējus un sekus: tā ir pseidoindividuālisma sfēra, kura katru īpatnējību noved līdz klišejai un standartam. Peļņas prasība vada kultūras produktus, kuri ir

formāli un banāli, bet ar milzīgu auditoriju. Daudzi no Horkheimera un Adorno spriedumiem, kā atzīmē I.Ījabs, šķiet dīvaini vai novecojuši, varbūt pat reakcionāri, tomēr teorētiski precīzi fiksē daudzas standartizētās masu kultūras īpatnības, kuras ir aktuālas joprojām, piemēram, kultūraindustrijas produkti klaji piedāvā sevi kā preci un to veiksmīgums tiek vērtēts saistībā ar nopelnītās naudas apjomu. Horkheimers un Adorno pauž uzskatu, ka patēriņa priekšmetu loģika un noderīgums, kas parādās ražošanas sfērā, ir acīmredzami arī kultūras patērēšanā. Tādējādi brīvā laika nodarbes, māksla un kultūra tiek filtrētas caur kultūraindustriju un kultūras vērtības pakļaujas ražošanas procesam un tirgus loģikai.

20. gs. pārmaiņas pasaulē M. Horkheimers un T. V. Adorno apraksta tēlaini, bet drūmi. Ražošanas dekoratīvā stila ēkas un izstāžu centri valstīs ar autoritatīvu varu neatšķiras no līdzīgām citās valstīs, tāpat visur līdzīgi ir apjomīgie mirguļojošie ražošanas torņi, prezentējot starptautisko koncernu ģeniālo plānveidību un norādot uz nekontrolētu uzņēmējdarbības sistēmu. Sistēma ir radījusi savus pieminekļus – daudz drūmu mājokļu, piekvēpušas darba telpas un nedzīvas pilsēta. Savukārt nelielie, elementāras higiēnas prasībām atbilstošie dzīvokļi pilsētās tiek būvēti tā, lai radītu indivīdos šķietamu patstāvības izjūtu, tomēr padarot viņus iztapīgus savam pretiniekam – kapitāla totālajai varai. Šo mājokļu iedzīvotāji vienlaikus ir gan ražotāji, gan patērētāji, kuri iesaistās darba un izklaides meklējumos, tādējādi visas dzīvei nepieciešamās “vienības” tiek sakoncentrētas labi organizētos kompleksos (Horkheimer & Adorno 2002: 94; Horkheimers & Adorno 2009: 181).

Sabiedrībai kultūraindustrija tiek skaidrota tehnoloģiskos terminos, argumentējot, ka, miljoniem cilvēku ir līdzīgas vajadzības, tādēļ reproducēšanas mehānismu iesaiste pieprasa, lai vienas un tās pašas vajadzības tiktu nodrošinātas ar identiskām un standartizētām precēm. Ražotāji apgalvo, ka preču standartizācija atbilst patērētāju interesēm un vajadzībām. M. Horkheimers un T. V. Adorno secina, ka publikas apgādāšana ar masveidā ražotām hierarhiski dažādas kvalitātes precēm, kalpo visaptverošai kvantifikācijai (Horkheimers & Adorno 2009: 185) Patērētāji kļūst par statistisko materiālu pētniecības organizāciju diagrammās un tiek iedalīti dažādu ienākumu grupās sarkanā, zaļā vai zilā zonā. Šādus pētījumus izmanto jebkura veida propagandai. Turklāt indivīdiem ir jārikojas it kā spontāni saskaņā ar iepriekš noteikto un indeksēto patērēšanas līmeni, izvēloties tādas kategorijas masu produktu, kas ir atbilstošs viņa patēriņa tipam. Patērētājam vairs nav nekā, ko klasificēt, kas vienlaikus

jau nebūtu paredzēts ražošanas shēmās, argumentē Horkheimers un Adorno. “Visu pasauli vada kultūriņdustrijas filtrs” (Horkheimers & Adorno 2009: 189).

Autori savā teorijā kultūru iezīme kā sfēru, kura tiek strukturēta kā *dehumanizēta darbavieta*, secina Šora (Schor 2007: 22). Visi garīgās ražošanas atzari ir pakārtoti vienam mērķim – aizņemt cilvēka jutekļus no fabrikas atstāšanas vakarā līdz pat nonākšanai pie kontrolpulksteņa atkal nākamajā rītā. “Izklaide un patērēšana ir darba turpinājums vēlīnā kapitālisma apstākļos, un pēc tās tiecas visi, kas vēlas izvairīties no mehanizētā darba procesa, lai no jauna būtu tam gatavi” (Horkheimers & Adorno 2009: 204). Kultūriņdustrija var lepoties ar aktīvu mākslas transponēšanu patērīņā. Un tas darīts, lai atņemtu izklaidei naivitāti un uzlabotu patērīņa preču modeļus. Turklāt pati kultūra saplūst ar reklāmu, jo kultūra ir paradoksāla prece – tā ir tik pilnīgi pakļauta izmaiņu nosacījumiem, ka vairs nemainās, un tā tik akli izšķīst lietojumā, ka to vairs nevar lietot (Horkheimers & Adorno 2009: 189). Reklāmas triumfs kultūriņdustrijā panāk, ka patērētāji jūtas spiesti iegādāties un izmantot kultūras produktus, pat ja „viņi redz tiem cauri” (Horkheimer & Adorno 2002: 137). Adorno un Horkheimers uzsver: ja vienreiz vērtību maiņa spēj izsvītrot no atmiņas lietu sākotnējo lietošanas vērtību, tad patērīņa priekšmeti var brīvi iegūt papildu vai viltotu lietošanas vērtību. Patērīņa priekšmeti tādējādi var brīvi pārņemt plaša diapazona kultūras asociācijas un ilūzijas.

Frankfurtes skolas tendence uzskatīt kultūras industriju kā vienveidīgas masu kultūras ražotāju, kas apdraud individualitāti un radošumu, tiek kritizēta par tās elitārismu un nespēju atsegt aktuālos patērīņa procesus, kas atklāj sarežģītu un diferencētu auditoriju un preču lietojumu (Featherstone 2007:15). Funkcionālisti savās analizēs bieži vien apvieno mikrolīmeni un makrolīmeni – individuālo patērētāju un tirgu (vai ekonomisko struktūru) un cenšas pārliecināt par to starpā pastāvošu izomorfismu (struktūru līdzību).

Dažādas skolas un pētniecības virzieni ir iezīmējuši ļoti atšķirīgas teorētiskās pieejas. Piemēram, F. Džeimsona (Jameson 1991) kritiskā nostāja pret postmoderno sabiedrību pauž uzskatu, ka pamazām tradicionālās saites ģimenē un privātajā dzīvē, laimi un apmierinātību, kā arī tiekšanos pēc atšķirības no citiem, kas raksturo labākos kultūras produktus, nomaina manipulējamas cilvēku masas, kuras piedalās masu kultūras produkcijas patērīņā.

Spilgti kritisku ievirzi iezīmē Žana Bodrijāra teorētiskie pieņēmumi. Bodrijāra teorija patērīņa priekšmetu ražošanas attīstību saista ar informācijas tehnoloģijām

(Baudrillard 1983), kas, radot „apzīmējošas kultūras triumfu” (*triumph of signifying culture*), sociālās attiecības pieblīvē ar kultūras zīmēm tādā apjomā, ka vairs nevar runāt par normalitāti, un tas iezīmē *sociālā* norietu, atzīst Fezerstouns. Zīmju un tēlu plūsma bieži aizgūta no TV un tiek citēta kā eklektiski kodu sajaukumi, ignorējot jēgu un saprotamību. TV rada tēlu un informācijas pārmērības, kas apdraud mūsu realitātes sajūtu. “Apzīmējošas kultūras triumfs” ietekmē pasauli, kurā zīmju un tēlu izplatīšana izdzēš atšķirību starp reālo un iedomāto un tas nozīmē, ka mēs visur dzīvojam estētiskās halucinācijās par realitāti, uzskata Fezerstouns. Reklāmām ir īpašas iespējas to izmantot, piešķirot romantikas, eksotikas, vēlmju, skaistuma, apmierinājuma, kopības, zinātnes progresa un labas dzīves tēlus ikdienas patēriņa precēm – ziepēm, veļas pulveris, gultas matračiem, automašīnām vai alkoholiskiem dzērieniem. Manipulācija ar zīmēm medijos un reklāmās rāda, ka zīmes ir spējīgas brīvi pārvietoties un ir lietojamas asociatīvā daudzveidībā. Zīmju pārprodukcija un imitāciju reprodukcija rada stabilu uzskatu trūkumu un īstenības estetizāciju, atzīmē Fezerstouns. Masas tiek apburtas ar dīvainu pretnostatījumu plūsmu, kas aizrauj publiku.

Bodrijārs, asi kritizējot patērēšanu, akcentē lietu un pakalpojumu lietošanas vērtību, mazinot patērēšanas bieži vien komunikatīvo lomu, ko nodrošina zīmju un zīmolu pārzināšana. Bodrijārs uzskata, ka zīmju nozīme kā vēstījums cilvēkiem ir vienaldzīga, un mēs kā auditorija neesam tur iesaistīti, bet masu informācijas līdzekļi piedāvā lietot zīmes tikai zīmju kvalitātē, tādējādi apliecinot dzīves īstenību (Бодрийяр 2006:16). Un tieši šeit Bodrijārs saskata patēriņa būtību. “Patērētāja attieksme pret reālo pasauli, politiku, vēsturi, kultūru nepauž interesi, dalību vai uzņemtās atbildības attieksmi, bet tā nav arī totāla vienaldzība – tā ir ziņkārības attieksme” (Бодрийяр 2006: 16). Tādējādi, pēc Bodrijāra uzskata, patērēšana nav pasaules izzināšana, tā nav arī tumsonība, tā ir *nezināšana*. Tādēļ patēriņa vieta ir ikdienas dzīve, kas nav jāsaprot kā banāla ikdienas notikumu un faktu atkārtošanās, bet gan kā interpretējama sistēma, kas sadala totālo sociālo praksi divās sfērās: pirmā ir autonoma un abstrakta (politika, kultūra) un otrā – noslēgta un abstrakta (privātā dzīve) (Бодрийяр 2006: 16). Arī patērēšana kā sociāla prakse dalās divās sfērās – autonomajā (politika) un noslēgtajā (privātā dzīve), kuras satiekas ikdienas dzīvē.

1.3.3. Teorētiku viedokļi par patērētāju kultūras ietekmētu dzīvesveidu

Mūsdienās dominē tendence ar patēriņa preču plūsmu problemātizēt iespēju atminēt patēriņa preces lietotāju sociālo statusu vai stāvokli sabiedrībā, savukārt kultūras kapitāls dod iespēju noteiktām cilvēku kategorijām, kam tas ir svarīgi, saprast jauno preču piemērotību un lietošanu. Cilvēku prieks par precēm bieži vien tikai daļēji ir saistīts ar fizisku patēriņu, preces nereti lieto kā marķierus, lai kopā ar citiem to cienītājiem, atpazītu preču nosaukumus (Featherstone 2007: 17). Svarīgs faktors, kas ietekmē marķētu preču lietošanu kapitālistiskā sabiedrībā, ir jauno preču cena, kas nozīmē, ka preces pozīcija definē lietotāja sociālo statusu, secina Fezerstouns. Zināšanas par jaunām precēm, to sociālo un kultūras vērtību, kā arī lietošanas piemērotību, ir tikpat svarīgi apgūt, kā prasmi apsaimniekot īpašumus, veidot attiecības, organizēt ikdienas dzīvi.

Gan ikdienas komunikācijā, gan pētniecībā bieži lietots tiek termins *dzīvesveids*¹⁷. Socioloģijā *dzīvesveids* norāda uz atšķirīgu dzīvošanas veidu, kas raksturīgs specifiskām statusa grupām mūsdienu patērētāju kultūrā, un tas ietver arī blakus konotācijas – individualitāti, sava stila (gaumes) izpratni, ko precīzāk, iespējams, varētu raksturot jēdziens *dzīvesstils*. Ķermeņa veidols, apģērbs, runas veids, brīvā laika pavadīšanas paradumi, ēdienu un dzērienu izvēle, mājas, auto – tiek uztverti kā individuālās gaumes un patērētāja stila indikatori, norāda Fezerstouns. Mūsdienu sabiedrībā mazinās atšķirīga sociālā statusa grupu dzīvesveida savdabība. Šāda virzība balstās informācijas pārbagātībā un tādu tēlu dominancē, kuru esamība nav stabila vai arī kuri pastāv kādā hierarhiskā sistēmā, kas spēj radīt sociālā iedalījuma neatbilstību. Patēriņa preces tiek lietotas kā kultūras zīmes brīvā asociatīvā veidā, un indivīdu

¹⁷ *Dzīvesveids* (krievu val. *образ жизни*) – noturīgu, tipisku darbību kopums (indivīda, sociālo grupu, tautu) dzīvē (sk.: <http://www.tezaurs.lv/lv/> Latviešu literārās valodas vārdnīca).

Jēdzienu *dzīvesveids* (vācu val. *Lebensstil*) 1927. gadā ieviesa psihologs Alfrēds Adlers. Socioloģijā šo jēdzienu izmanto, lai apzīmētu noteiktu uzvedības izpausmju un ieradumu kopumu. Dzīvesveids parasti pauž indivīda vērtības un uzskatus. Mūsdienās dzīvesveida veidošana saistīta ar patēriņu, kas personu attīstīta un individualizē ar tādu produktu un pakalpojumu palīdzību, kas raksturīgi kādam dzīvošanas veidam (sk.: Online Etymology Dictionary; Spaargaren, Vliet 2000).

Dzīvesstils (krievu val. *стиль жизни*) – ar dzīvesstilu tiek apzīmēts individuālais rīcības modelis, ar kura palīdzību ikviens cilvēks pauž savu individualitāti. Cilvēka dzīvesstils izpaužas viņa domāšanā, izjūtās, runā, uzvedībā, pasaules uztverē, konfliktu un krīžu pārvarēšanā, arī žestos, stājā utt.

(Avots: Individuālpsiholoģijas institūta interneta vietne, pieejama: <http://www.ipi.lv/index.html> (skatīts 12.01.2014.).

Ar *dzīvesveidu* tātad saprot stabilas, tipiskas un vēsturiski noteiktas indivīdu un sociālo grupu sociālās attiecības, kā arī cilvēku darbības, saskarsmes, uzvedības un domāšanas veida raksturīgas iezīmes. Ar *dzīvesstilu* saprot indivīdu vai grupu uzvedības modeļu kopumu, kas saistīti ar ikdienas dzīvi. Dzīvesstilu vērtē saistībā ar cilvēka brīvā laika organizāciju, sadzīvi, uzvedības manierēm, gaumi un vērtību orientāciju.

dzīvesstilā rodas citas iezīmes, bet iepriekšējās pazūd. Proti, dzīvesveida savdabība pastāv, kamēr to atbilstoši saprot, sociāli atpazīst, un kamēr tā iezīmējas sociālās grupas struktūrā (Featherstone 2007: 81).

Saskaņā ar Burdjē dzīvesveida koncepcija labāk saprotama saistībā ar jaunās sīkburžuāzijas *habitus*¹⁸, kas saistīts ar patērētāju kultūras tēlu un informācijas ražošanu un izplatīšanu, tādējādi izplatot arī noteiktas rīcības un dzīvesstilu (Featherstone 2007: 82). Burdjē apstiprina patērēšanas modeļu šķirisko principu un paplašina statusa modeli, pievienojot finanšu komponentei kultūras kapitālu kā otru statusa komponenti (Bourdieu 1996). Pēc Burdjē domām, sabiedrības slāņi ar bagātīgāku kultūras kapitālu vienmēr noraidīs tādas kultūras prakses, kuras šie slāņi uztver kā vulgāras un bezgaumīgas. Burdjē koncepts par simbolisko kapitālu, pēc Fezerstouna domām, atgādina, ka rīcība un klasifikatoru shēmas, kas atklāj izcelšanos un dzīves trajektorijas, tiek izteiktas arī saistībā ar ķermeni, dabiskās sajūtās vai diskomfortā par savu ķermeni. Jaunbagātņieki, kuri pieņem demonstrējošā patēriņa stratēģijas, ir atpazīstami, un viņu vieta sociālajā telpā ir nosakāma. Burdjē uzskatā *habitus* ne tikai ietekmē ikdienas zināšanu un prasmju līmeni, bet tas ir arī ierakstīts ķermenī, atklājot ķermeņa formas, stāju, iešanu, sēdēšanu, ēšanas paradumus, dzeršanu. Burdjē aprakstītie patērētāji ir atjautīgi stratēģiski aģenti, tomēr viņi atražo noteiktu un iepriekš paredzamu, sociālajā šķirā balstītu patērēšanas iznākumu (Bourdieu 1996).

Mūsdienu indivīds kā aģents ir patērētāju sabiedrības centrā un pat vada to. Tas savukārt nozīmē, kā uzsver Šora, ka zeļ un plaukst kompānijas, kuras izdevīgi pārdod patērētājam viņa paša varu. Šādā formulējumā subjektivitāte¹⁹ tirgū neeksistē kā prioritāra, bet pati ir tirgus produkts. Tikai noteiktas subjektivitātes formas ir peļņu nesošas. Tātad, kaut arī patērētāji ir ieguvuši viena veida varu (inovācija tirgū sākas ar viņiem), viņi ir zaudējuši iespēju noraidīt patērēšanu kā dzīvesstilu (Schor 2007; Holt 2002). Viņi ir ieguvuši *būt par patērētāju* pieredzi jau no iepriekšējām paaudzēm un tādējādi viņiem ir gandrīz neiespējami veidot identitāti ārpus tirdzniecības vietām (Schor 2007: 25). Tas attiecas pat uz tiem, kas izvēlas būt par “antipatērētājiem”. Braients Saimons (Simon 2011), analizējot pazīstamu patēriņa preču brendu (zīmolu) *attīrīšanu no politikas*, iezīmē mūsdienu neolibērālās politikas laikmetā pieaugošu

¹⁸ Burdjē jēdziens *habitus* plašāk analizēts promocijas darba 2. nodaļā saistībā ar sociālo prakšu teoriju.

¹⁹ Ar “subjektivitāti” šeit saprasts spriedums, kas balstīts galvenokārt uz pesonīgām izjūtām, nevis uz ārējiem faktiem.

koorporāciju ietekmi uz politiskajām institūcijām un procesiem. Tādējādi indivīdi aizvien vairāk novērtē tirgu kā līdzekli, kas kontrolē viņu ikdienas dzīvi.

Pretstatā dzīvesveidam, kas saistīts ar tradīcijām vai paradumiem, patērētāju kultūrā dzīvesveidu veido kā dzīves projektu, kurā demonstrē individualitāti un stila izjūtu savdabīgā preču, apģērba, patērēšanas prakšu, pieredzes, ārienes un fizisku izpaušmju kopumā. Modernais indivīds apzinās, ka izpaužas ne tikai ar apģērbu, bet arī ar savu māju, mēbelēm, interjeru, auto – ar patēriņu, kas ir atpazīstams un klasificējams esošas vai neesošas gaumes terminos. Rūpes par dzīvesstila pielāgošanu un stila izjūtu ir sastopamas ne tikai jaunu un bagātu cilvēku patēriņa praksē, patiesībā patērētāju kultūra pārlicina, ka ikvienam ir iespēja pašattīstīties un pašizpausties, neatkarīgi no vecuma vai šķiriskās piederības. Patērētāju kultūra acīmredzami ir spējīga ātri atraisīt un attīstīt individualitāti, turklāt vienmēr solot atšķirību no citiem, uzskata Fezerstouns. Šī ir pasaule indivīdiem, kuri meklē jaunas vai novēlojušās attiecības un piedzīvojumu pieredzi un kuri uzņemas risku iepazīt dzīves iespējas pilnībā, tādiem, kuri apzinās, ka dzīve ir dota vienreiz un ir smagi jāstrādā, lai varētu baudīt, piedzīvot un paņemt no dzīves maksimālo.

1.3.4. Teorētiski viedokļi par patēriņa saistību ar labklājību

Veblena teorija un Frankfurtes skola katra savulaik ir dominējusi socioloģijā, savukārt Džona Keneta Gelbreita atziņas, kas atspoguļotas viņa darbā “Pārticības sabiedrība” (“*The Affluent Society*”, 1958), raisīja populāru diskusiju par patēriņu pēc Otrā pasaules kara. Gelbreits patēriņam izvirzīja trīs galvenās pretenzijas: pirmkārt, ražotāji izraisa patērētāju vēlmes; otrkārt, patērēšanas un labklājības saistība ir vāja; treškārt, strukturālais spiediens veicina privātā patēriņa novirzi no kopējā, sabiedriskā labuma. Zinātniskajā literatūrā Gelbreita uzskati tika spēcīgi apšaubīti, jo, kā apraksta Šora (Schor 2007), amerikāņu ekonomists par savas kritikas objektu izvēlējās ekonomikas standartpieņēmumu, ka patērētāju vēlmes vai preču klāstu nosaka spēki ārpus tirgus, bet tirgu nosaka ražotāji, atbildot uz vēlmēm. Gelbreits apgriezta šo modeli otrādi: viņš apgalvoja, ka sistēma paaugstina produktivitāti līdz pašam augstākajam punktam un vēlmes ir pielāgoti mainīgie. Viņš arī atspēkoja uzskatu, ka tad, kad bagātība ir sasniegta, patērētājiem vairs nav neatliekamam un būtisku vajadzību (Schor 2007: 26). “Taču tirgotāji cenšas pārdot un mārketinga rada kāri pēc elegantākiem automobiļiem, eksotiskākas pārtikas, erotiskāka apģērba, izstrādātākiem laika

kavēkļiem – patiešām pilnīgi moderna līmeņa jutekliskas, pacilājošas un iznīcinošas vēlmes” (Galbraith 1998: 115). Rezultātā sistēmā vairs nav sociāla līdzsvara, jo uzsvars uz privāto patēriņu izspiež sabiedrisko labumu. Tomēr Gelbreita idejas tika noraidītas galvenokārt saistībā ar vēsturisko situāciju, uzskata Šora. Frankfurtes skola zaudēja savas pozīcijas daļēji tādēļ, ka pagājušā gadsimta 50. un 60. gadu mijā tirgotāji reaģēja uz kritiku, kļūstot mazāk autoritatīvi. Līdzīgi notika ar Gelbreita idejām – tās tika noraidītas, jo 80. gados patērētāju ideoloģija kļuva neatkarīgāka un uztvere racionālāka, lai gan mārketinga un reklāmas ietekme pieauga, jo bija nepieciešamas ražotājiem, lai *radītu vajadzības*. Līdzīga kā tas notika ar Frankfurtes skolu, arī Gelbreits tika kritizēts par uzskatiem, ka patērētāji ir pasīvi un manipulējami. Gelbreitu kritizēja arī par liekulību un elitārismu, pieminot viņa privātās patērēšanas prakses. Tomēr empīriskā pētniecība joprojām atbalsta Gelbreita galveno principu, proti, ka pārtikušas sabiedrības vājums slēpjas patērēšanas un labklājības attiecībās, to argumentējot tādējādi, ka, piemēram, Ziemeļvalstīs pēc Otrā pasaules kara būtisks patēriņa pieaugums neradīja subjektīvās labklājības pieaugumu, secina Šora. Tāpat saistības trūkums starp ienākumu un labklājības indikatoriem ASV bija izaicinājums uzskatam, ka patērēšana veicina cilvēku un valsts labklājību.

1. nodaļas kopsavilkums

Jēdziens *patērētāju kultūra* uzsver, ka lietu pasaule un tās principi ir galvenie kritēriji, lai izprastu mūsdienu sabiedrību. Pirmkārt, tas ietver kultūras dimensijā interpretētu ekonomiku, kas materiālās lietas skaidro ne tikai kā lietderīgas, bet arī kā komunikāciju. Otrkārt, tas ietver tirgus principus, kas balstīti pieprasījumā, kapitāla uzkrāšanā, konkurencē un monopolizācijā. Patērētāju kultūra veidojusies saistībā ar postmodernismu. Postmodernismu raksturo cilvēku vēlme vairāk patērēt tēlus, stilus, ideālus, fantāzijas un *sapņus*, nevis lietas. Trentmans uzskata, ka patērēšana ir jauns dzīvesveids, kur indivīdam sevis veidošanā būtiska nozīme ir patēriņam. Patērētāju kultūra, pievēršoties aktīvam dzīvesstilam un ķermeņa kopšanai, ir saistīta ar sociālo mobilitāti, fizisko aktivitāti, ar darba meklējumiem, brīvā laika pavadīšanu. Pārveides koncepcija, ietverot dzīves telpas, identitātes un ķermeņa transformācijas, patērētāju kultūrā ir galvenā. Pārveide, prasot aizvien lielākus finansiālus ieguldījumus, rada “parāda kultūru”.

Patērētāju kultūras un patēriņa pētniecība joprojām teorētiski balstās uz kritizējošas pozīcijas teorētiķiem. Kritiskie viedokļi tomēr tiek apšaubīti, jo kritiskā

virziena teorētiķiem nav izdevies pietiekami novērtēt patērētāju apzinātu rīcību un sekas, un patērētāji bieži attēloti pārāk vienvēidīgi. Ar Veblenu tiek saistīts teorijas par statusa patēriņu aizsākums. Viņa izmantotās pētnieciskās pieejas pamatā ir hierarhiska sociālā struktūra, kurā pastāv statusa konkurence un statusu nosaka bagātība. Veblena teoriju noraidīja postmodernais domāšanas veids: statusa simbolu iegūšana vairs nebija aktuāla, jo patērētāju kultūrā dzīvesveids tiek veidots kā dzīves projekts, demonstrējot individualitāti un stila izjūtu. Burdjē *habitus* ir viena no pētnieciskām pieejām, kas it kā samierina *nomocītos* patērētājus ar labu patēriņa rezultātu, jo *habitus* atbild ne tikai par darbību, bet arī par domām, saprašanu, motivāciju. Savukārt Frankfurtes skolas teorētiķi akcentēja kultūru kā ražotāju vadītu, uzsverot, ka peļņas prasība vada kultūras produktus, kuri ir formāli un banāli, bet ar milzīgu auditoriju. Patēriņa priekšmeti tādējādi var brīvi pārņemt plaša diapazona kultūras asociācijas un ilūzijas. Kā uzskata Bodrijārs, informācijas tehnoloģijas pieblīvē sociālās attiecības ar kultūras zīmēm tādā apjomā, ka vairs nevar runāt par *normalitāti*. Reklāmām ir īpašas spējas piešķirt romantikas, eksotikas, vēlmju, skaistuma, apmierinājuma, kopības u.c. tēlus ikdienas patēriņa precēm. Tāpēc patērētāju kultūrā un patēriņa praksēs nozīmīgu vietu ieņem emocijas, bieži izslēdzot *praktisko jēgu*.

2. PRAKSES TEORIJA PATĒRIŅA PĒTNIECĪBĀ

Līdz pagājušā gadsimta 90. gadiem patēriņa pētniecība tika koncentrēta gandrīz vienīgi uz patēriņa simbolisko izpratni, tika izziņātas patērētāja personības izpausmes un tirgus intereses. Veidojot jaunu patēriņa socioloģijas dienaskārtību, viens no vadošiem patēriņa pētniekiem Eiropā Mančestras universitātes profesors Elans Vords (*Alan Warde*) savās publikācijās dažādos zinātniskos izdevumos ir uzsvēris, ka, sākot ar 20. gs. 90. gadiem, patēriņa pētniecībā ir mazinājusies interese par tirgus analīzi, jo sāka dominēt uzskats, ka preces un patēriņu nodrošina sociālās organizācijas jaunie modeļi, un tāpēc patēriņš ir jāpēta citādi, nevis tikai kā *pirkšana*. Priekšplānā izvirzījās preču lietošana, pakalpojumi, patērētāja apmierinājums un patēriņa avoti (Halkier et al. 2011:4).

Kultūrsocioloģijas profesors Andreass Rekvics (*Andreas Reckwitz*) 2002. gadā publikācijā “Virzība uz sociālo prakšu teoriju. Attīstība kultūras pētnieku teorijās” (*Toward a Theory of Social Practices. A Development in Culturalist Theorizing*) iezīmēja prakses teorijas jaunās iespējas. Rekvics ar vispusīgu, savstarpēji pretstatītu kultūras teoriju skatījumu palīdzību argumentēja, ka prakses teorija spēj ieņemt ievērojamu vietu sociālajās un humanitārajās zinātnēs. Rekvica teorētiskais ieguldījums tiek atzīts kā īpaši nozīmīgs prakses teorijas tuvināšanā socioloģiskai pieejai patēriņa pētniecībā, savukārt Kentuki Universitātes profesora Teodora Šacka (*Theodore Schatzki*) publikācijas par prakses teorijas jautājumiem (sākot ar grāmatu *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge University Press, 1996) apliecina viņu kā sistēmisku prakses teorijas interpretētāju. Nedaudz vēlāk – 2006. gadā – Mančestras Universitātes pētnieki Sallija Randlesa (*Sally Randles*) un Elans Vords par patēriņa kā prakses pētniecību secina: “Vienkāršais patēriņš vislabāk ir saprotams saistībā ar tādiem jēdzieniem kā ieradums, rutīnas, paškontrolē, un to parasti atpazīst kā cilvēku vispārpieņemtas darbības” (Randles & Warde 2006: 226).

Šajā nodaļā tiek aplūkota prakses fenomena būtība, prakses teorijas perspektīva un lietojums patēriņa socioloģijā.

2.1. Prakses fenomena teorētiskā būtība

Prakse, kā to raksturojis Šackis, ir beztermiņa parādība telpā un laikā, jo prakse nesastāv no konkrētu darbību skaita reālā laikā. Praksi nav precīzas saiknes starp *darīt* un *runāt*. Visas prakses balstās uz pamata aktivitātēm, tas ir, uz tādām rīcībām un izteikumiem, ko cilvēks spēj veikt bez papildu apgrūtinājuma (Schatzki 2012: 15). Katrai praksei ir divas vispārējās dimensijas: darbība un organizācija (Schatzki 2002: 71).

Latviešu valodas vārdnīca (2006) skaidro, ka *prakse*²⁰, pirmkārt, ir cilvēku darbība, kas nodrošina sabiedrības eksistenci un attīstību; otrkārt, ar *praksi* saprot pieredzi, iemaņas; treškārt, tā ir praktiska darbība teorētisko zināšanu nostiprināšanai. *Latviešu literārās valodas vārdnīca* (2011) *praksi* definē kā “cilvēku darbību kopumu, kura mērķis ir pārveidot dabu darba, sabiedriskās ražošanas procesā un pārveidot sabiedrisko esamību un apziņu”. Kā arī *prakse* ir konkrētais darbs, darbība (parasti kādā nozarē, jomā) vai darbība, veicamo uzdevumu kopums, arī mācību forma, tāpat *prakse* ir pieredze, iemaņu un prasmju kopums.

Andreass Rekvics iepriekš minētajā 2002. gada publikācijā uzsver sociālo prakšu rutīnas²¹ raksturu, ietverot to visos prakšu aspektos. Rekvics ir izveidojis arī sociālās prakses definīciju, kas bieži citēta citu autoru publikācijās:

“Prakse ir ierasts uzvedības veids, kas sastāv no dažādiem, savstarpēji saistītiem elementiem: fiziskas darbības, garīgas darbības, no lietām un to lietošanas, no pamatzināšanām, kas izpaužas izpratnes vai zinātības (*know-how*) formā, un kurā izpaužas emocijas un motivācija” (Reckwitz 2002: 249).

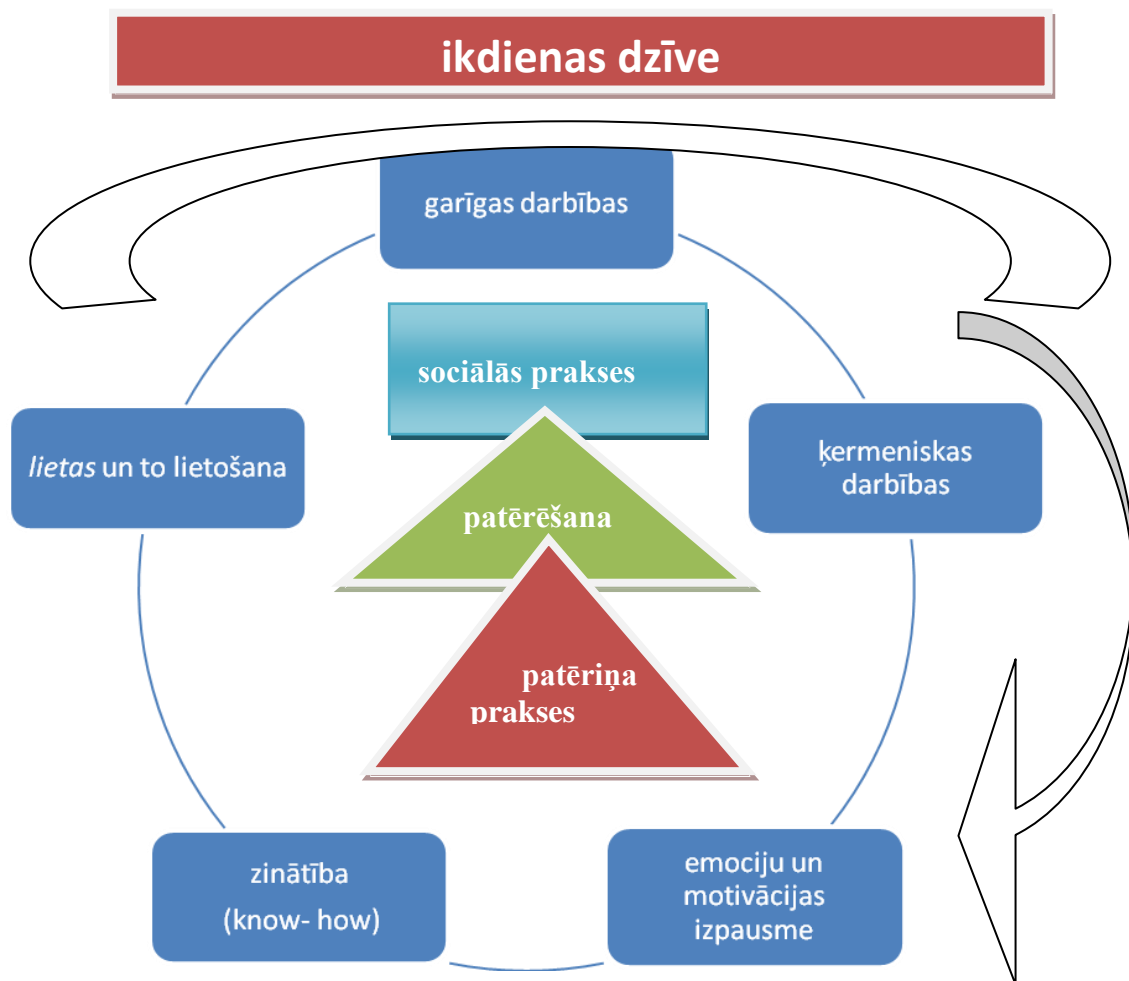
Rekvics atzīmē Burdjē un Bruno Latūra (*Bruno Latour*) darbus kā labas versijas par sociālajām praksēm, uzsverot savas definīcijas pamatu – “*lietas un to lietošana*”. Rekvics arī atzīmē, ka viņa sociālās prakses ontoloģija ir veidojusies saistībā ar Šacka “objektiem kā prakšu rezultātiem”. Tādējādi Rekvica teorija noder pētījumiem, kuru interešu centrā ir patēriņa sociālās un kultūras izpausmes, kurās galvenais ir objektu lietošana, prieks par tiem, kā arī pakalpojumi un patēriņa iespējas (Halkier et al. 2011). Uzsverot, ka prakse ir atkarīga no definīcijā minēto elementu esamības un savstarpējās

²⁰ *Prakse* – sal. ar angļu *practice, praxis* un vācu *praxis* – vienskaitļa lietojumā termins, kas raksturo cilvēka visu veidu darbības pretstatā teorijai un tīrai domāšanai. Lieto arī daudzskaitļa formu *prakses* (angļu *practices*)

²¹ *Rutīna* (franču *routine*) – pieredzē izkopta prakse, zināšanas, iemaņas (kādā darbā). Sk.: *Svešvārdu vārdnīca*. Rīga: Jumava, 1999.

saistības un to nevar reducēt uz kādu vienu no šiem elementiem, Rekvics skaidro, ka prakses teorijā objektiem un to lietošanai ir pievērsta galvenā uzmanība, tādējādi akcentēta sociālo prakšu veidošanās ikdienas dzīvē (Reckwitz 2002: 250). Rekvics uzskata, ka *prakse* ir veids, kā gatavot ēst, kā patērēt, kā strādāt, kā pētīt, kā rūpēties par sevi un citiem u.tml. – tās ir darbības formas, kuru eksistence neizbēgami ir atkarīga no prakses elementu pastāvēšanas un savstarpējās saistības. Prakse ir saprotama aģentam vai aģentiem, kuri to realizē, bet tā tāpat ir saprotama arī vērotājiem (vismaz vienas kultūras ietvaros).

2.1. attēlā parādīts, ka prakse apvieno ķermeniskas un garīgas darbības, *lietas* un to lietošanu, prasmes un emocijas, kas izpaužas praksē. Visas sociālās prakses nav patērīga prakses, bet gandrīz visas sociālās prakses ietver patērēšanu. Tā kā prakse nav tikai ķermeniska izturēšanās, bet tā ietver arī izpratni, prasmes un vēlmes, kas ir prakses elementi un kvalitātes, bet nav indivīdu pašu kvalitātes.



2.1. att. Savstarpēji saistīti elementi, kas veido sociālās un arī patērīga prakses (promocijas darba autore veidots attēls, balstoties uz A. Rekvica prakses definīciju)

Uz praksi bieži atsaucas ar nolūku skaidrot lietas, uzskata Ekseteras Universitātes socioloģijas profesors Barijs Bārns, (Barnes 2011: 29). Tāpēc, viņaprāt, ir nepietiekami praksi pamatot ar tiem sociālās dzīves modeļiem, kuri prakses rada. Vienmēr ir svarīgi skaidrot, kas noskaņo cilvēkus īstenot vienu vai otru praksi, kā un kad cilvēki ko dara; noskaidrot viņu piedzīvoto pieredzi un, protams, izprast, kā cilvēku darbību ietekmē iegūtās zināšanas.

Socioloģijas teorētiķi bieži ir disponēti aplūkot praksi kā vienotu parādību (*practice as a unity, a single object*), ko realizē kāds noteikts kolektīvs, uzskata socioloģijas profesors, sociālo prakšu pētnieks Stīvens Tērnors (*Stephen Park Turner*) un Barijs Bārns. Tomēr nav pierādījumu, ka vispārējās prakses eksistē kā vienots objekts un nav kultūras izplatīšanās teorijas, kura ļautu saprast, kā šāds objekts varētu pāriet no vienas personas uz citu neizmainīts (Turner 1994; Barnes 2001). Prakse kolektīvā līmenī nav vienkārši individuālo ieradumu summa, jo kolektīvai praksei ir kolektīvs izpildījums. Tāda, piemēram, ir armijas vienības kareivju rīcība konkrētā situācijā, kur prakse tiek īstenota kolektīvā līmenī. Savukārt daudzas prakses cilvēki realizē kā individuālas, un tās prasa specifiskas iemaņas, piemēram, tāda ir mūzikas instrumenta spēles prasme. Praksi var izprast arī kā kopu, kas veidojas no *aktoriem* (un viņu cilvēciskās būtības), viņu darbībām un izpausmēm, no dokumentiem un materiāliem artefaktiem. Arī sociālie fenomeni – institūcijas un vara – tiek saprasti kā prakses (Schatzki 1997: 283).

Prakse veidojas, kā cilvēku organizēts pasākums, ko ierobežo zināšanas, finansiāli, kā arī semiotiski un izmantojamo materiālu nosacījumi. Jērans Goldkūls²² (*Göran Goldkuhl* 2011) uzskata, ka praksei piemīt iekšējā loģika (jēgpilna, bet arī spriedzi saturoša), kas saistīta ar citām praksēm un citiem apstākļiem un ir to determinēta. Prakses ir saistītas cita ar citu atšķirīgos veidos (daļējā saskaņotībā, sadarbībā, vadīšanā, savstarpējā secībā, viena kā citas apakškopa). Nesaskatot un nevērtējot sociālās prakses, pasaules aina kļūst sadrumstalota, brīdina Goldkūls, jo, pētot sociālos objektus, bet neaplūkojot to dabisko vidi, iespējams juceklis un

²² Helsinku Universitātes un Zviedrijas Linčēpingas (*Linköping*) Universitātes organizētā starpdisciplinārā sociālo prakšu pētniecības darba grupa 2011. gada jūnijā Helsinkos apvienoja atšķirīgi definētu un virzītu sociālo prakšu pētniecību. Daļa referātu ir ievietoti izdevuma "*Systems, Signs & Actions*", vol. 5 (2011) specializētajā laidienā "Teorija un pētījums prakses pētniecībā" ("*Theory and Inquiry in Practice Research*"). Jērans Goldkūls, informācijas sistēmu profesors un Pētniecības grupas direktors Linčēpingas universitātē, atbalsta praktisku pieeju prakses pētniecībai, kad pētniecība pati par sevi tiek apskatīta kā prakse (Goldkuhl & Julkunen 2011). Goldkūls definē prakses pētniecību kā tādu, kas sastāv no divām apakšpraksēm: situācijas izpētes un teoretizēšanas. Pieejams: <http://www.sysiac.org/>, ko izvietojusi Linčēpingas Universitāte (skatīts 22.20.2012.).

pārpratumi. Pētnieki Jērans Goldkūls un Ilze Julkunena (*Ilse Julkunen*) pārstāv uzskatu, ka prakses jāuztver kā spontāni (*emergent*) radušās parādības, kas pakāpeniski mainās, un ir sagaidāma arī pārdomāta un plānota cilvēku iejaukšanās tajās. Noteikti, praksi ietekmējoši faktori (par faktoriem un to ietekmi sk. promocijas darba 3. nodaļā) ir konstatējami ārpus prakses, bet, lai izprastu prakses loģiku, parasti nepieciešams piekļūt tuvāk un iedziļināties prakses norisē, tad iespējams atklāt neapšaubāmus prakses elementus, kuriem nav nepieciešami mutiski skaidrojumi (Goldkuhl & Julkunen 2011: 1). Balstoties uz vajadzību izpētīt, ko cilvēki patiešām dara, nevis uz ko viņi pretendē, prakšu veidošanās perspektīva saistās ar jauniem, negaidītiem cilvēku darbības veidiem, un prakses pētniecība parādās visdažādākajās nozarēs. Kā norāda Goldkūls un Julkunena, prakse ir pētīta daudzos lauka pētījumos, piemēram, organizāciju izpētē (Cabantous et al. 2010; Feldman & Orlikowski 2011), sociālajā darbā (Pain 2010; Salisbury Forum Group 2011; Uggerhøj 2011), slimnieku kopšanā (Pain 2010; Salisbury Forum Group 2011), arī pētījumos, kas saistīti ar informācijas sistēmām (Orlikowski 2000; Mathiassen 2002), novērtējuma pētniecībā (Schwandt 2002; Donaldson & Scriven 2003; Chen 2005), komunikācijas pētniecībā (Scollon 2001; Cronen 2001) un citur.

Prakses zinātniskās izpētes galvenā jēga, kā atzīst Goldkūls, ir radīt zinātniskas atziņas par praktiskām vērtībām. Prakses pētniecībā tiek lietotas un radītas abstraktas zināšanas – teorijas, modeļi, metodes, ko izmanto kā instrumentus situatīvajā izpētē, bet pašas teorijas, modeļi, metodes var rasties teoretizējot un situatīvi pētot. Praksi var pētīt dažādos veidos, lietojot gan gadījuma izpēti, rīcībpētījumus, arī modeļa pētījumus, novērtējuma pētījumus, sadarbības izpēti (Goldkuhl 2011). Atsevišķu prakšu pētniecības rezultāti veidojas kā atziņas, kas pāriet uz vispārējo praksi un kļūst par pārbaudītām un kopīgām zinātniskās vides atziņām. Tāpēc prakses izziņā svarīgi ir pētīt tieši vietējās atziņas un vietējo situāciju. Mūsdienu sociālās dzīves izpratnē aktualizējas jautājums, kādas vispār sociālās prakses ir dominējošās un kādā amplitūdā indivīdi praksēs iesaistās. Svarīgi ir jautājumi par indivīdu uzticēšanās līmeni un saistību ar dažādām praksēm, par to, kā notiek indivīda *profesionalizēšanās* praksē un kā cilvēki saprot to, ko prakse no viņiem prasa. Analizējot sociālās prakses, svarīgi ir skaidrot, kā prakse attīstās saistībā ar iekšējo dinamiku un ārējiem nosacījumiem.

2.2. Prakses teorijas veidošanās un perspektīva

Diskutējot par *sociālā* fenomenu, jēdziens *prakse* saista teorētiķus un raisa diskusijas jau 150 gadus, bet termins *prakses teorija* atzinīgu vērtējumu ir guvis vien pēdējos divdesmit gados. Pagājušā gadsimta 70. gados *sociālo prakšu teorija* veidojās kā konceptuāla alternatīva, šķietami pievilcīgāka un vieglāk izprotama par klasiskajām modernitātes un sarežģītajām sociālajām teorijām, tomēr sociālo prakšu teoriju joprojām nevar uzskatīt par sistēmiski izstrādātu.

Sociālā teorija, skaidrojot sociālās dzīves raksturu, ilgi ir balstījusies uz diviem jēdzieniem – *individualitāte* un *cilvēku kopums*, uzskata Teodors Šackis. Kad sociālās dzīves teorijās tradicionālā dualitāte kļuva par pārāk vāju balstu, pētnieku vidē nostiprinājās jauns un daudzsoļš jēdziens – *prakses teorija*, ko 1997. gadā formulēja Šackis (Schatzki 1997: 283). Prakses teorija veidojusies kā turpinājums zinātniskām diskusijām sociālajā teorijā un filosofijā par struktūrām un sociālajiem aģentiem. Saknes šim pētniecības virzienam meklējamas Martina Heidegera (*Martin Heidegger*), Ludviga Vitgenšteina (*Ludwig Wittgenstein*) filosofijā un agrīnajos Pjēra Burdjē, Antonija Gidensa (*Anthony Giddens*), vēlinajos Mišela Fuko darbos, arī Teodora Šacka filosofijā. Pēdējos gados pētījumu virziens ir paplašinājies, ietverot antropoloģiju, vides un ilgtspējīgas attīstības pētniecību, veselības zinātnes, mārketingu, patērētāju uzvedību, medijus, sociālo politiku, socioloģiju.

Profesors Deils Satertons ar kolēģiem (Southerton et al. 2013) akcentē, ka atdzimušo interesi par prakses teoriju signalizēja Šackis ar retorisku paziņojumu 2001. gadā “prakse ir atgriezusies mūsdienu sociālajā teorijā”. Kopš 2000. gada prakses jēdziens un tā atvasinājumi tikuši piemēroti dažādiem empīriskiem pētījumiem, kas skaidroja sociālos procesus un uzvedību. Satertons atzīst, ka ir vispārpieņemts, ka prakses ir sociālas un piedalīšanās tajās ietiecas sociālajā sfērā, lai gan piedalīšanos praksē var skaidrot atšķirīgi un atkarībā no tā, vai katru praksi skata pašu par sevi vai arī kā citu citai līdzīgas parādības. Teorētiskajās diskusijās iesaistījušies vairāki pētnieki (*Halkier, Pantzar, Ropke, Shove, Southerton*), kuri atbalsta prakses teorētisko perspektīvu patēriņa pētniecībā. Britu pētnieku diskusijā īpašu uzmanību pelna Elana Vorda raksts “Patēriņš un prakses teorijas”²³, (Warde 2005), kas tiek vērtēts kā pirmais

²³ Šī publikācija ir viena no pēdējos gados visbiežāk citētajiem izdevuma “*Journal of Consumer Culture*” rakstiem. Minēto Vorda rakstu citē saistībā arī ar prakšu pārmaiņām un politiskajām analizēm par zināšanu un prakses savienošānu vai par uzvedības izmaiņām, kā arī, analizējot patēriņa ētisko raksturu; prakses teorijas atziņas parādās mārketinga un patērētāju uzvedības pētījumos, “zaļo patērētāju” pētījumos, vērtību pārvērtēšanā, teorētiskos resursu pētījumos.

programatiskais darbs, kurš patēriņa analīzei piedāvā sociālās prakses teorētisku perspektīvu (Halkier et al. 2011: 4).

Atskatoties uz teorijas veidošanās aizsākumiem, Šackis uzsver, ka divi vadošie prakses teorijas attīstītāji ir Pjērs Burdjē un Entonijs Gidenss. Burdjē teorētiskās atziņas saistībā ar prakšu teoriju – “prakseloģiju” (*praxeology*) parādījās jau 1972. gada darbā “Prakses teorijas izklāsts” (*Esquisse d'une théorie de la pratique, précédé de trois études d'ethnologie kabyle*, 1972, angļu tulkojumā “*Outline of a Theory of Practice*”, Cambridge University Press, 1977), tajā ir jaušama strukturālisma ietekme. Savukārt Entonijs Gidenss savu prakses teorijas versiju attīstīja tieši strukturālisma teorijas ietvarā, ietekmējoties no Ludviga Vitgenšteina. Mišels Fuko pagājušā gadsimta 60. un 70. gados atšķirīgā teorētiskā ietvarā - caur strukturālismu, poststrukturālismu un Nīčes teoriju – analizēja attiecības starp ķermeni, aģentiem, zināšanām un izpratni. Šo pieeju var pieņemt kā līdzīgu prakseloģijai, bet kultūras studijās un antropoloģijā prakses teorijas izpratni varētu attiecināt uz Harolda Garfinkela (*Harold Garfinkel*) etnometodoloģiju, kā arī uz Bruno Latūra pieeju, kur sociālās prakses teorija tiek saprasta kā ģimeņu prakšu teorija (Reckwitz 2002: 243). Filosofijā prakses dimensijas ir aprakstījuši Huberts Dreifuss (Dreyfus 1991) un Čārlzs Teilors (Taylor 1985), arī Žans Fransuā Liotārs (Lyotard 1988) ir atbalstījis līdzīgas idejas.

Vitgenšteins, Dreifuss un Teilors diskutēja par prakses pamatā esošiem subjektiem un objektiem, akcentējot neapprakstošas zināšanas un analizējot saprotamības nosacījumus, rezumē Šackis, savukārt Burdjē un Gidenss par praksēm sprieda, vadoties no intereses par indivīdu darbībām kā sociālā fenomena veidotājām, kas pārspēj neelastīgu struktūru pretestību (Schatzki 2001a: 10). Bet Fuko un Liotārs par praksēm diskutēja, aprakstot valodu kā diskursīvu aktivitāti. Redzam, ka ļoti dažādi un dažādās pieejās zinātnieki ir domājuši šajā virzienā, jo prakses ir saistītas ar ikdienas dzīvi, un autori ir ietekmējušies no sociālās teorijas interpretācijas vai sociālās teorijas kultūras virziena. Teorijas, kuras skaidro sociālo rīcību un kārtību, attiecinot to uz simboliskām un izziņas struktūrām, un to sociālās realitātes konstruēšanu (Bergers, Lukmans), ir sarežģītas, atzīst Rekvics un uzsver, ka prakses teorija pārstāv kultūras teorijas paveidu.

Prakses teorija ir strauji veidojusies kā izaicinājums esošajai teoretizēšanai par cilvēku dzīvi un socialitāti, kas līdz šim fokusējās uz indivīda prātu, sociālo struktūru, sistēmu darbību un diskursiem. Izdevuma “Pievērsšanās praksei mūsdienu teorijā” (*The Practice Turn in Contemporary Theory*, Schatzki et al. 2001), kurā pirmoreiz apvienojās filosofi, sociologi un dabas zinātnieki, lai diskutētu par prakšu nozīmi

cilvēku dzīvē, ievadā uzsvērts, ka prakses teorija izrāda pretestību prominentiem domāšanas veidiem – individuālismam, intelektuālismam, strukturālismam, sistēmteorijai, kā arī humānisma un poststrukturālisma ievirzēm. Sociālās prakses saistībā ar tādām realitātēm kā rīcība, institūcijas, struktūras un to izpratne atklāj savu kontekstu, un tas ir – cilvēku līdzāspastāvēšana un *sociālā* fenomēns (Schatzki 1996: 11–13).

Prakses teorijas koncepcija kontrastē ar tām pieejām, kas analizējot *sociālo*, kā uzsver Šackis, privileģē indivīdus, rīcības, valodu, zīmju sistēmu, institūcijas, struktūras vai sistēmas. Tomēr, pētot prakses lauku, pētījumos parasti tiek ietverti arī tādi fenomenāli kā zināšanas, valoda, ētika, vara, zinātne. Sociālās teorijas kontekstā prakses teorijas pieeja balstīta uz atšķirīgu *sociālā* ontoloģiju – prakses teorijas pieejā *sociālais* ir lauks, kas ietver savstarpēji saistītas prakses, kas centralizēti organizējas ap kopīgu praktisku vienošanos (Schatzki 2001a: 12). Pētnieki, kuri atbalsta prakses teorijas pieeju, sociālo kārtību saista ar prakses lauku. Tas nozīmē, ka sociālā kārtība figurē kā prakses lauka iezīme, savukārt prakses lauka komponenti un aspekti tiek uzskatīti kā atbildīgi par sociālās kārtības dibināšanu (Schatzki 2001a: 14). Šackis savu prakses teorijas pieeju balsta uz divām atziņām: “pirmkārt, sociālā kārtība tiek iedibināta sociālo prakšu ietekmē, otrkārt, prāts ir centrālā dimensija šajā *procesā*” (Schatzki 2001b: 51). Pirmais nosacījums kalpo galvenokārt kā konteksts otrā nosacījuma attīstībai. Funkcija, ko sociāli konstituēts prāts veic prakses organizācijā, apliecina prakses kā sociālās kārtības lomu. Šackis iezīmē divas atšķirīgas sociālās kārtības izpratnes. Viena ieskicē sociālās kārtības izziņas problēmu, kas saistīta ar stabilu, regulāru un paredzamu uzvedības modeļu veidošanu un saglabāšanu. Otra sociālās kārtības izpratne cenšas noskaidrot, kas satur sabiedrību kopā, kas nodrošina relatīvi stabilu, bet ne varmācīgu cilvēku līdzāspastāvēšanu (Schatzki 2001b: 51). Tā ir sociālā kārtība kā vienošanās, kur realitātes ir saistītas cita ar citu gan telpiski, gan cēloniski, gan apzināti, arī pret darbīgi, veicinot vai apspiežot cita citas aktivitātes. Šādi sociālā kārtība organizējas sociālajās praksēs. Tomēr pastāv arī teorētisks uzskats, ka būtiskākā dimensija sociālajā realitātē, praksēs un arī sociālajā kārtībā, ir *valoda*.

Prakses teorija ir veidojusies saistībā ar kultūras teoriju, kurā iezīmējas četras atšķirīgas ievirzes (intelektuālisms, tekstualitāte, intersubjektīvisms un prakses teorija), kuras piedāvā atšķirīgu *sociālā* sfēras izpratni un atšķirīgi to vispārina sociālās teorijas mazākajās vienībās: domās, rīcībā, diskursos, mijiedarbībās un *praksēs*.

Rekvics iepretim citām kultūras teorijas versijām, ir izstrādājis jaunu prakses teorijas vispārinājumu un sniedzis tās būtiskāko teorētisko terminu skaidrojumu.

Rekvics argumentē, ka prakses teorijā izpaužas atšķirīgs **fiziska ķermeņa** (*body*) redzējums. Sociālā prakse ir *ķermeņa trenēšana* noteiktā veidā, protams, saskaņā ar prātu, un tā tiek saprasta kā regulāra, prasmes ietveroša cilvēka darbošanās (Reckwitz 2002). Tātad, ja prakses pieder *sociālā* sfērai, tad to pašu var teikt arī par fiziskām darbībām. Rutinizēti fiziskās izpausmes veidi ir nepieciešami, lai zinātu, kā saprast pasauli, kā kaut ko vēlēties, kā kaut ko darīt.²⁴ Var piekrist Rekvica viedoklim, ka prakses teorija ļauj iezīmēt ne tikai fizisku izpausmju vietu *sociālā* sfērā, bet arī vietu domāšanai un zināšanām šajā sfērā, jo rutinēta (pieredzē izkopta) domāšana un ar to saistītās zināšanas ir prakšu elementi un integrāla tās daļa. Tomēr jāuzsver, ka sociālo prakšu realizācijai bieži vien tiek iecerētas arī īpašas lietas īpašā veidā.

Spriežot par *lietām*, Rekvics uzsver, ka citās kultūras teorijas versijās *lietas* netiek lietotas, tās tiek pazītas un izskaidrotas, tās ir zināmu subjektu objekti. Prakses teorijā *lietas* parādās kā “jau-interpretētas” (*always-already-interpreted*), tomēr tās tiek vadītas un veidotas. Promocijas darba pētījumā privātmāja ir *lieta*, kas ir “jau-interpretēta” un paredzēta zināmai lietošanai, bet pētīta tiek mājas patērēšana.

Noteiktas sociālās prakses satur noteiktas **zināšanas**. Tās ietver izpratni par zinātību (zināt kā), arī vēlmju un sajūtu veidus, kas saistīti cits ar citu sociālajā praksē. Praksē zināšanas ir pasaules izpratnes veids, kas ietver objektu, citu cilvēku un sevis izpratni (Reckwitz 2002: 253), arī plašu vēsturisku un kultūras raksturojumu un paver interpretācijas iespējas. Šīs zināšanas, protams, ir kolektīvas, kurās sociālie aģenti dalās cits ar citu. Atsevišķs sociālais aģents neatkarīgi no citiem var realizēt praksi un to interpretēt pēc saviem ieskatiem. Zināšanas, kas ir sociālo praksi konstituējošs elements, nav tikai izpratnes ceļš, bet arī prasmju kopums un zinātības kopums un veids, kā un ko vēlēties un kā justies. Rekvics uzskata: katra sociālā prakse ietver arī noteiktai praksei specifisku emocionalitāti. Vēlmes un emocijas tādā veidā nav indivīdu raksturojošas, bet zināšanu formā ir raksturīgas konkrētām sociālajām praksēm. Citās kultūras teorijas

²⁴ Piemēram, kas ir nepieciešams, lai realizētu vēlmi dzīvot privātmājā? Šādai praksei ir nepieciešamas zināšanas, lai spētu novērtēt un samērot savas vēlmes un mājas ieguves iespējas, lai novērtētu īpašuma vērtību, kā arī vajadzīgas prasmes slēgt līgumus, veikt finanšu darījumus un izprast savas tiesības un saistības, nepieciešamas arī prasmes lietot privātmāju, uzturēt to, kā arī novērtēt savu dzīvesveidu saistībā ar māju, darbavietu, bērnu aprūpi un mājas atrašanās vietu. Tāpat nevar iztikt bez spējas izprast un novērtēt ģimenes kopīgās un katra ģimenes locekļa individuālās intereses, vajadzības un iespējas.

versijās zināšanu statuss ir atšķirīgs; piemēram, zināšanas var attiecināt tikai uz tekstu, diskursu vai komunikāciju (Reckwitz 2002: 254–255).

Prakses teorijā **diskurss un valoda** salīdzinājumā ar citiem kultūras teorijas virzieniem zaudē savu statusu. Prakses teorija uzsver, ka valoda eksistē tās lietošanā. Bet diskursīvā prakse arī ir viena no praksēm un tā izmanto dažādas formas, kurās pasaule tiek konstruēta valodā vai citā zīmju sistēmā.

Sociālo struktūru raksturs prakses teorijā, norāda Rekvics, izpaužas rutinizācijā, un struktūra ir kaut kas “nekas”, kas eksistē vienīgi galvās vai arī uzvedības modeļos. Sociālās prakses rutīnas strukturē sociālā vide un institūcijas – no ekonomiskām organizācijām līdz intīmai sfērai. Līdz šim ideja par rutīnām neizbēgami norādīja uz struktūru īslaicīgumu: rutinētas sociālās prakses laika gaitā atkārtojas, un tādā veidā tiek atražota *sociālā kārtība*. Prakses teorija lauž un pārbīda struktūras (Reckwitz 2002: 256).

Prakses teorijā **aģenti** ir ķermeniskais/garīgais, kas realizē sociālās prakses. Tādā veidā *sociālā* sfēra ir galvenā, kur sastopamas dažādas sociālās prakses, ko realizē aģenti, kas iekļaujas prakses īstenošanā.

Prakses pētnieciskā pieeja – uzskata Šackis –, lai arī tai piemīt pētniekus vienojošs pamats, ietver daudzveidīgas un bieži konfliktējošas intuīcijas, jēdzienus un pētniecības stratēģijas. Pēdējā desmitgadē prakses teoriju attīstījuši Rekvics, Šackis, gan arī vairāki citi teorētiķi (*Elizabeth Shove, Stephen Kemmis*), kuru filosofiskās atziņas balstās Heidegera un Vitgenšteina filosofijā. Minētie domātāji veido grupu, kuras teorētiskajās nostādnēs iezīmējas trīs kopīgas ievirzes. Pirmkārt, šie teorētiķi uzskata, ka **prakse ir organizētu atšķirīgu darbību apvienojums**. Prakse ir *sociāls* fenomens tādā nozīmē, ka ietver daudzus un dažādus cilvēkus. Otra līdzība viņu uzskatos balstās atziņā, ka cilvēku dzīvei ir raksturīgas **darbības formas, kas veidojas nevis indivīdu aktivitātēs, bet praksēs**, kas ir daudzu un dažādu cilvēku organizētas darbības (Schatzki 2012: 13). Cits būtisks cilvēku dzīves raksturojums, kas saistīts ar organizētām darbībām, ir vairāk vai mazāk psiholoģisks un attiecas uz cēloņiem, identitāti, mācīšanos un komunikāciju (Schatzki 2012:14). Tas vairāk saistās ar intuīciju, iespējams, precīzāk raksturo noteiktus cilvēkus, pamatojot viņu dalību sociālajās praksēs. Trešais nule minēto teorētiķu kopējais princips uzsver, ka cilvēku **darbību pamatā ir fenomens, ko nevar ietvert vārdos**. Burdjē teorijā šis fenomens ir *habitus*, Gidensam – *praktiskā apziņa*, bet Vitgenšteinam – *pārdomas par noteikumiem (ruminations on rule)* (Schatzki 2012).

Īsumā, kā raksturo Šackis, prakses teorija ietver izpratni par praksi kā organizētām darbībām, pārliecību, ka *sociālā* fenomens un cilvēku dzīves psiholoģiskais raksturojums ir saistīts ar praksēm, un uzskatu, ka cilvēku darbības pamats ir vārdos neizteiktas ķermeniskas prasmes. Prakses teorija ietver arī sapratni par cilvēka ķermeni, kurš apvieno gan personas prātu un rīcību, gan individuālu darbību un sociāli daudzveidīgu darbību atkārtojumus.

2.3. Burdjē un Gidensa teorētisko atziņu recepcija patēriņa socioloģijā

Prakses teorija *praksi* saprot kā saikni starp organizētām darbībām un šī saikne veidojas: 1) ar *lietpratību* – *ko runā* un *ko dara* cilvēki; 2) ar precīzi formulētiem *noteikumiem, principiem, priekšrakstiem* un *instrukcijām*; 3) ar *teleoemocionālas* struktūras veidotu rezultātu – projektiem, uzdevumiem, mērķiem, ticībām, emocijām un noskaņojumiem; 4) ar *vispārējiem pieņēmumiem* (Schatzki 1996: 89; 2012: 15). Šādai prakses teorijas izpratnei par prakses organizāciju ir līdzība ar Burdjē un Gidensa teorijām, lai gan savstarpēji abu pētnieku teorētiskie uzskati atšķiras: Burdjē balstās uz *habitus*, “ierobežojumiem” (*stakes*) un kapitālu, bet Gidenss – uz noteikumu apkopojumiem un resursiem.

Lietpratīgums, kā pamato Šackis, nozīmē zināt, kā vēlamās darbības realizēt ar pamata rīcībām un izteikumiem, tātad – lieki nesarežģot praksi. Sociālo prakšu atšķirības vērtējamas saistībā ar to veicēju kapacitāti un profesionalitāti. Tas ir būtiski, analizējot prakses dalībnieku lomu vai pozīciju praksē, jo prakses realizāciju var vērtēt pēc tā, vai tajā iesaistās speciālisti vai iesācēji, vispusīgi izglītoti vai tikai tehniski zinošie, sapņotāji vai labi informēti aģenti.

Lietpratīguma skaidrojumi labi saskatāmi klasiku teorētiskos redzējumos. Burdjē tas ir *habitus*, ko varētu skaidrot kā *praktiskā jēga* (*practical sense*) un Gidensam tā ir *praktiskā apziņa* (*practical consciousness*). Burdjē un Gidenss ir atšķirīgi savos spriedumos par cilvēku aktivitātes diapazonu saistībā ar uztveres spējām. Burdjē apgalvo, ka aktora “spēles izjūta” (*sense for the game*) nosaka visas cilvēka darbības (Burdjē 2004: 90–91). Gidenss pauž viedokli, ka vienīgi *praktiskā apziņa* nosaka rutinētās darbības (Schatzki 2001b: 58). “Burdjē ir gandarīts saprast ikdienas dzīves prakses”, teorētiķa pieeju raksturo Didjē Bigo (*Didier Bigo*), “kā arī gaumes priekšstatus, nepatikas anatomiju un atšķirību loģiku, parādot cilvēku esamības izsmalcinātību un varmācīgu politisku simbolismu” (Bigo 2011: 236). *Habitus* nav

paklausības ieaudzinašana ar nolūku mazināt spontānas darbības pret varas vispārējo struktūru, tāpat *habitus* nav liktenis vai normu iemiesojums kā subjekts, tā ir pārņemta aģentūra, norāda Bigo un uzsver, ka *habitus* lauks ir politisks (Bigo 2011: 243). Vienas *habitus* šķautnes rada praktisko jēgu, rutīnas un modeļus, kas attīsta aktoru darbības konkrētajā laukā, bet citas šķautnes tam pašam *habitus* nāk no citiem laukiem un var iesaistīties sacensībā rīcības brīdī un kļūt vadošas. “Šī šķietamā indivīda “izvēle” nav unikāla, bet kaut kas, kas izskatās pēc labākās stratēģijas izvēles, tomēr *habitus* nav brīvas izvēles produkts vai brīvība izvēlēties starp atšķirīgām iespējām” (Bigo 2011: 243).

Būtiskākā Burdjē teorijas atziņa – *habitus* tiek atzīts kā atlasē princips praksē (Schatzki 1997: 287). Burdjē uzskata, ka darbības, kuras *habitus* izvēlas, ir lietpratīgas un pieņemamas, un tas, pirmkārt, nozīmē, ka darbības ir pieņemamas konkrētajā situācijā. Otrkārt, *habitus* izvēle veido priekšstatu par aktoru, kura mantotās rakstura noslieces (*dispositions*) ir formējušās noteiktās praksēs (Burdjē 2004: 77–85). Burdjē uzskata, ka jebkurā kontekstā *habitus* izvēlas darbības: a) definējot darbībām paredzēto situāciju, kura piešķir objektiem, personām, notikumiem nozīmes, kā arī attēlojot iespējamo nākotnē notiekošo un izskaidrojot darāmās/runājamās un nedarāmās /nerunājamās lietas; b) definējot darbību funkcijas paredzētajās situācijās (Burdjē 2004). Burdjē raksta, ka prakse vispārēji seko kapitāla palielināšanas loģikai, un viņš domā ne tikai ekonomisko kapitālu, bet arī sociālo un simbolisko kapitālu. Visticamāk, kā uzskata, Šackis, tas nozīmē, ka *habitus*, ievērojot šo loģiku, izvēlas darbības, kas varētu pildīt noteiktas funkcijas (Schatzki 1997: 288).

Habitus būtību Burdjē skaidroja šādi: “Nosacījumi rada *habitus* – strukturētas sistēmas, tās ir kā prakses un priekšstatus ģenerējoši un organizējoši principi, kas var būt objektīvi pielāgoti to mērķim, bet nepieļauj apzinātu virzību uz šo mērķi.” *Habitus* zināmā mērā ir praktiskas hipotēzes, kas dibinātas iepriekšējās pieredzēs un piešķir pārāk lielu nozīmi iepriekšējām pieredzēm. “Īstenībā tās ir noteiktai eksistences nosacījumu grupai raksturīgas struktūras, kas caur sociālo un ekonomisko nepieciešamību, kura uz tām iedarbojas relatīvi autonomā mājsaimniecības un ģimenes attiecību pasaulē, vai, citiem vārdiem sakot, tīri ģimeniskām šīs ārējās nepieciešamības izpausmēm (darba dalīšana starp abu dzimumu personām, priekšmetu pasaule, patērēšanas veidi, attiecības ar vecākiem utt.) rada *habitus* struktūras, kas savukārt ir jebkuras vēlākās pieredzes uztveres un novērtēšanas pamatā” (Burdjē 2004: 75). Burdjē, piešķirot plašas cēloņsakarību pilnvaras *habitus*, uzsver, ka *habitus* tiek “pārveidots

rīcībā, kas rada jēgpilnas prakses un izpratni par to nozīmi” (Bourdieu 1996: 170). Vords, atzīmē, ka Burdjē savu teoriju saista ar prakšu iekšēju diferencēšanu, fokusējoties uz sociālās klasifikācijās pretstatiem, prakses pieejamību un piemērošanos praksei (Warde 2005: 138).

Burdjē uzskata, ka *habitus*, kā vēstures produkts rada individuālas un kolektīvas vēstures prakses, tātad arī vēsturi, un, nodrošinot pagātnes pieredžu klātbūtni, garantē prakšu atbilstību un pastāvību laika gaitā ar uztveri, domāšanu un darbībām precīzāk nekā formāli noteikumi (Burdjē 2004: 75). *Habitus* ik pa brīdim strukturē jaunu pieredzi saskaņā ar pagātnes pieredzes radītām struktūrām, ko pārveido jaunās pieredzes un ko nosaka atlase – „integrācija, kas dominē agrākajās pieredzēs un ir statistiski kopīga visiem vienas šķiras pārstāvjiem” (Burdjē 2004: 84). Burdjē vērtējumā *habitus* kā sistēma ļauj brīvi producēt jebkuras domas, uztveres un darbības, kas iekļaujas konkrētā *habitus* robežās, ko vienmēr ierobežojuši paša *habitus* veidošanās vēsturiskie un sociālie nosacījumi, – šeit brīvība ir nosacīta, tā neļauj radīt kaut ko jaunu un neredzētu (Burdjē 2004: 76).

Habitus raksturojumu Burdjē izklāsta visai pretrunīgi, jo citā teksta vietā uzsvērts, ka „*habitus* ir kā *māksla iedibināt*, un tas ļauj radīt neskaitāmas prakses, relatīvi neparedzamas, bet limitētas to dažādībā” (Burdjē 2004: 77). Burdjē sociālā diferenciacija veidojusies no šķiru klasifikācijas un uztveres, nevis no darbībām, kas saistītas ar praksēm, jo prakses ir iekšēji atšķirīgas un var izraisīt diskusiju par gaumi (vai priekšstatu – *taste*) (Warde 2005). Prakšu iekšējā atšķirība parādās Burdjē secinājumos par kāda pētījuma respondentu atbildēm uz jautājumu, kādas kategorijas viņi izvēlētos, lai aprakstītu savu ideālo māju un kādas kategorijas tie noraidītu. Un zinātnieks secina, ka jēdzienus ar estētikas konotācijām – “aprūpēts”, “harmonisks”, “tēlainis” – biežāk izmanto augstākas sociālās šķiras dzīvesvietās aptaujātie, bet funkcionāli aprakstoši jēdzieni “tīrs un kārtīgs”, “praktisks”, “viegli uzturēt” – ir svarīgāki sabiedrībai virzienā uz zemāku šķiru. Tātad Burdjē klasifikācijā – vidusšķiras mājokļos estētiskā ekspertīze un koordinēšana, uzsverot sievietes lomu, tiek vērtēta augstāk, bet strādnieku šķiras mājās lielākas vērtības ir – kārtība, tīrība un ģimenes laime (Bourdieu 1984, pēc Woodward 2003:406). Var piekrist izdevuma “Kultūra, šķira, atšķirība” autoriem, ka *habitus* tiek skaidrots sarežģīti un dažkārt pretrunīgi, turklāt Burdjē patēriņa un gaumes pētījumi bija saistīti ar franču sīkburžuāzijas situāciju pagājušā gadsimta otrajā pusē, un tas jāatceras, piemērojot *habitus* konceptu citu sabiedrību pētniecībai (Bennett et al. 2009).

Ar **noteikumiem** prakses teorētiskajos redzējumos tiek saprastas skaidri formulētas direktīvas, instrukcijas vai noteikumi (*rules*). Gidenss uzskata, ka prakses paplašinās, kļūst daudzveidīgākas un nemitīgi rada jaunus noteikumus, kuri savukārt nosaka prakses robežas un saturu (Gidenss 1999). Gidensa strukturācijas teorija par *struktūru* uzskata **noteikumus**²⁵ un **resursus**²⁶, un *struktūra* vienmēr no jauna tiek iesaistīta sociālo sistēmu atražošanā, un tas ir strukturācijas teorijas pamats. Savukārt plašākā nozīmē par *struktūru* var runāt, to attiecinot uz sabiedrības strukturālajām īpašībām (Gidenss 1999: 200). Arī Šackis atzīmē, ka *struktūra*, kas vienlaikus organizē prakses un regulē darbības, sastāv no noteikumiem un resursiem (Schatzki 1997: 290). Noteikumi, kas var būt gan likumi, gan normas, gan kodi atbilstoši Gidensa teorijai tiek lietoti metodoloģiski un kā vispārīgas darbību procedūras ir iesaistītas ikdienas dzīves praktiskajās aktivitātēs.

Prakses tiek apzināti saistītas ar noteikumiem, uzskata Šackis, turklāt, izmantojot domāšanu un iztēli, prakses dalībnieki gan pieņem noteikumus, gan izrāda pretestību (bieži arī tad, ja šos noteikumus izmanto). Prakses arī rada noteikumus, ja esošie noteikumi nevar nodrošināt kādas konkrētas prakses veikšanu (Schatzki 2012: 17). Noteikumu paketes un resursi kopā organizē prakses un pārvalda individuālās darbības. Noteikumi un resursi organizē prakses, atklājoties tiešās darbībās, kas veido sociālo praksi laiktelpu iespējami paplašinātu (Gidenss 1999; Schatzki 1997). Tādējādi aktoru darbības tiek vadītas, vienkārši paredzot, kā aktori sekos noteikumiem un izmantos resursus, un struktūra tiek uzturēta kā noteicošais faktors indivīda darbībai, un tā vairs nerada citu kārtību ārpus telpas un laika, bet gan iegulst aktoru praktiskajā apziņā (Schatzki 1997: 291). Tomēr noteikumi tikai dažkārt nosaka cilvēku neikdienišķās darbības.

Lielāko daļu noteikumu darbības veicēji lieto, tos nemaz neizsakot vārdos: viņi zina, *kā rīkoties*. “Jebkura noteikuma formulēšana vārdos jau ir tā interpretācija” (Gidenss 1999: 54). Pēc Gidensa domām, vārdos neizteiktas zināšanas, kas orientē cilvēkus viņu darbībās, ir noteikumu zināšana, un *struktūra* neeksistē bez aktoru zināšanām par to, ko viņi dara savā ikdienas dzīvē. Vairums noteikumu nogulstas praktiskajā apziņā, kura noteikumu *struktūrai* nav tieši pieejama (Gidenss 1999: 70–73). Cilvēki ir *pieradināti* būt iecietīgi pret normatīviem, kurus viņi ir akceptējuši. Normativitātes uzturēšana ir būtiska cilvēku dzīvē (Schatzki 2012: 22), jo tā it kā

²⁵ nosacījumi, likumi, standarti, normas

²⁶ līdzekļi, krājumi, iespējas

garantē, ka cilvēki *lietas dara pareizi*. Bieži cilvēki *lietas dara nepareizi* un saņem citu cilvēku nosodījumu vai arī piedzīvo personiska vilšanos vai neveiksmi.

Pēc Šacka vērtējuma, Gidenss sabiedrības teoriju ir attīstījis virzienā, kas izprot institūciju un *struktūru* veidošanos ārpus praksēm, kuras, iespējams, rada institūcijas un *struktūras*, kas savukārt tālāk vada prakses un saista ar likumu matricēm (Schatzki 1996: 4). *Sociālo realitāti* Gidenss, tādējādi, raksturo kā neatkarīgu prakšu veidošanās un pārvietošanās mozaīku.

Resursi, pēc Gidensa teorijas, ir divējādi: nemateriālie resursi, kas rodas cilvēku darbības koordinēšanas rezultātā, un materiālie resursi, kas rodas, pārvaldot materiālus produktus. Resursi ir otrs *struktūras* komponents, apgalvo Gidenss, kas piedalās *sociālā* varas īstenošanā, kurai tādējādi ir iespēja izraisīt pārmaiņas.

Prakses ir cilvēku darbību saikne, bet **darbības** pēc Šacka teorijas, ir notikumi. *Darbības kā notikumi* atšķiras no *tikai notikumiem*, jo *darbības kā notikumi* ir speciāli iecerētas un brīvprātīgas (Schatzki 2012: 18). *Darbība kā notikums* ir laiktelpiska un rada īpašas sajūtas. Laiktelpas elementi ir rezultāti, mērķi, motivācijas, vietas vai trajektorijas, un tie ir kopīgi prakses dalībniekiem, lai sasniegtu vienus un tos pašus līdzīgi motivētus rezultātus un mērķus (Schatzki 2012: 20). Burdjē teorija apliecina, ka prakse ir nebeidzama un veidojas no cieši saistītām darbībām, kas realizētas specifiskā prakses sfērā, bet darbības veidojas saskaņā ar *habitus*. Savukārt Gidenss norāda, ka darbībai (proti, *darbībai kā notikumam*) pamatā parasti ir iemesli, bet aktoriem nevajag iemeslus, lai veiktu rutinētas darbības. Gidenss savā mācībā par cilvēku rīcību un uzvedību, uzskata A.Tabuns, vienādi lielu uzmanību velta gan cilvēku rīcības racionālajiem aspektiem, gan uzvedības rutīnām un cilvēku bezapziņai (Tabuns 1999: 10).

Salīdzinot Burdjē un Gidensa teorētiskās ievirzes, var secināt, ka Burdjē sistēma nosaka prakses apveidu atkarībā no tā, *kas, kad* un *kur* tiek darīts un *kas* nosaka kārtību, strukturējot saprātīgu darbību izvēli. Gidensa teorijas noteikumu un resursu lomas analīze rāda, kā tiek regulēta prakses paplašināšanās telpā un laikā un kā darbības tiek saprastas praktiskajā apziņā. Abi teorētiķi pamato, uzsver Šackis, ka individuālās darbības eksistence ir saistīta ar sociāli daudzveidīgu (*manifold*) darbību atkārtojumiem (Schatzki 1997: 292). Līdzīgi kā Burdjē *habitus*, arī Gidensa *praktiskā apziņa* ir tieši ierakstīta ķermenī, “atmiņas taku” formā par to, kā *lietas* ir jādara. Abi teorētiķi izceļ lietpratīgumu, personiskās prasmes, kas attīsta cilvēku aktivitātes. Tādējādi, uzskata Šackis, Burdjē un Gidensa analīze ir ievērojami detalizētāka un dziļāk izjūt praktiskas

lietas, nekā citu prakses teorētiķu analīze (Schatzki 1997: 284). Burdjē un Gidenss precizē darbību organizēšanas saiknes, kas apvieno darbības kā atkārtojumus, kā arī raksturo, *kas* un *kā* pārvalda individuālo darbību veikšanu. Ir arī citas termina *prakse* konotācijas, ko abi teorētiķi analizē: 1) prakse kā laiktelpiski izstiepts darbību atkārtojums; 2) prakse kā darbību realizēšana; 3) katrs darbības atkārtojums telplaikā kā pastāvošs tikai kopā ar citiem atkārtojumu locekļiem (Schatzki 1997: 285).

Benets, Vords un vairāki citi britu autori kritiski iezīmē Burdjē pieeju šķiru un kultūras kapitāla interpretācijai. Kritika saistīta ar Burdjē sociālo attiecību organizācijas koncepciju un apgalvojumu, ka kultūras prakšu jēgu vai nozīmīgumu nosaka nevis tām raksturīgās īpašības, bet gan veidi, kādos tās tiek saistītas cita ar citu dažādos sociālajos laukos un attiecībās, iegūstot noteiktu sociālu pozīciju (Bennett et al. 2009). Šie autori pauž viedokli, ka sociālo attiecību organizācija ir daudz sarežģītāka un daudzslāņaināka nekā to savā darbā “Nošķīrums. Gaumes spriedumu sociālā kritika” (“*La Distinction. Critique sociale du jugement*”, 1979, angļu tulkojumā – “*Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*”, Routledge, 1996) iezīmē Burdjē. Kritizētāji liek lielāku uzsvāru uz sociālo attiecību organizāciju nekā uz izņēmumu šķiru attiecībās. Benets (Bennett et al. 2009) nepiekrīt Burdjē arī tajā ziņā, ka kultūras kapitāls ir priekšrocība, kas atvasināta no piederības īpašai kultūrai un tiek pētīts kā šķiru atšķirības. Britu pētnieki uzskata, ka par kultūras kapitālu jārunā, atklājot ceļus, kādos kultūras resursi tiek organizēti un mobilizēti ārpus dažādiem sociālo attiecību veidiem. Tādējādi Benets ar kolēģiem attālinās arī no Burdjē *habitus* jēdziena kā unificētas rīcības, kas sakņojas specifiskā šķiras pozīcijā, un uzskata, ka *habitus* tiek skaidrots sarežģīti un dažkārt pretrunīgi, atkarībā no tā, kā šķira, dzimte, vecums un etniskums darbojas personas veidošanā.

Prakses teorija patēriņa pētniecībā sistemātiski sāka lietot tikai nesen, un Elans Vords uzskata, ka prominentu sociālās prakses teorētiķu Gidensa un Burdjē ieguldījums vairs nešķiet atbilstošs mūsdienu situācijai (Warde 2005: 136). Vords uzsver, ka tikai skaidri un precīzi formulēta prakses izpratne ir iesaistāma kā teorētisks līdzeklis patēriņa analīzē, tādējādi *habitus* tieša iekļaušana analīzē ir problemātiska (Warde 2005). Vords uzskata, ka Burdjē darbā “Praktiskā jēga” (Burdjē 2004) nav atgriezies pie gaumes (tieksmju) vērtējumiem, kurus savulaik piedāvāja darbā “Nošķīrums. Gaumes spriedumu sociālā kritika”, jo nav pietiekami izmantojis savu teoriju par sociālajām praksēm, būdams vairāk ieinteresēts *habitus* un kapitāla (kultūras un ekonomiskā) attiecībās. Vords kritiski vērtē Burdjē teorētisko pieeju praksei: “Burdjē svārstās starp

divam izpratnēm – *Praktik* un *Praxis* –, parādot savu konceptu kā vāji attīstītu iepriekšējā koncepta aizstājēju” (Warde 2005: 136).

Burdjē un Gidenss pārintelektualizē praksi un darbības, uzskata Šackis, bet Vitgenšteina zinātniskie teksti iesaka, kā no tā var izvairīties. Lai gan Vitgenšteins nestrukturizē prakses teoriju, tomēr viņa piezīmes veicina prakses fenomena novērtējumu, un tas ietekmē prakses dienaskārtību *sociālā* ontoloģijā, jo Vitgenšteins, iespējams, vairāk nekā citi teorētiķi tiecas izzināt, kā prakses ietver saprotamību (Schatzki 1997: 284). Vitgenšteina struktūru izpratne nav tikai *sociālā* sfēra, bet arī indivīda prāta un rīcības sfēra (Schatzki 1996: 12). Gidensam noteikumi un resursi, kas iespiedušies praktiskajā apziņā, ir centrālie *struktūras* komponenti plašam *sociālā* fenomena diapazonam (institūcijām, varai, pretrunām, ideoloģijai, telpai), savukārt Vitgenšteina novērtējumā, kā uzsver Šackis, *struktūrai*, kas organizē praksi un regulē darbību, ir trīs dimensijas: praktiskuma izpratne, precīzi formulēti noteikumi un teleoemocionalitāte.

Ar **teleoemocionālu struktūru** prakses teorijas virziena adepti saprot mērķtiecīgu rīcības hierarhiju (mērķa – plāna – darbību kombinācija), kas tiek prasīta vai pieļauta konkrētajā praksē. Šāda hierarhija parāda, ka prakses norisē dalībnieki plāno un veic atsevišķas darbības, lai sasniegtu konkrētu rezultātu (Schatzki 2012: 16). Savukārt, teleoemocionalitāte (emocionāla un loģiska mērķtiecība), kā skaidro Šackis, ietver emocijas un noskaņojumus, kas vajadzīgi cilvēkiem, kuri realizē kādu konkrētu praksi, un, iespējams, ka cilvēki savas emocijas arī izrāda. Teleoemocionalitātes apveids un komplicētība, kas vada cilvēku aktivitāti, ir atkarīgi no dzīves apstākļu diapazona, ko nosaka darbības (Schatzki 1997: 302). Vienīgā universālā teleoemocionalitātes iezīme ir tās visuresamība.

Tātad prakse kā organizētu darbību saikne veidojas, kā jau iepriekš tika analizēts, gan ar lietpratīgumu, noteikumiem, teleoemocionālu struktūru, gan arī ar vispārīgiem pieņēmumiem.

Vispārēji pieņēmumi ir abstrakti priekšstati par kādu pieņēmumu, piemēram, par kāda konkrēta patēriņa produkta skaistumu.

Analizējot Vitgenšteina uzskatus saistībā ar sociālo prakšu izpratni, Šackis uzsver sociālo prakšu iekšējās robežas ir: no vienas puses – uzvedība un izpratne, bet, no otras puses – valoda. Pēc Vitgenšteina domām, prāts nosaka to, kā *lietas* notiek un eksistē. Prāts konstituē un balsta praksi. Tādējādi cilvēki, saprotot fizisku darbību un izteikumu amplitūdu, iegūst iespējas un gatavību prakses veikšanai (Vitgenšteins 1997;

Schatzki 1993: 285–314). Kad kaut kas būtisks ir izteikts un skaidri noformulēts, vispirms tiek organizēts prāts, lai apgūtu sociālās prakses sarežģītību.

Kontekstu katra indivīda attīstībai veido prakšu un noteikumu apvienojums, kas ir pamatā cilvēku līdzāspastāvēšanai (Schatzski 1996: 13; 2012: 21). Tomēr – vai cilvēku “dzīvju kopā turēšanās” ir tikai viņu savstarpējo attiecību jautājums? Kā uzskata Šackis, prakses ir medijs, kurā dzīves savstarpēji saistās. Prakses tāpat ir cilvēku līdzāspastāvēšanas noteikta dimensija un nav nošķirtas no indivīdiem un viņu savstarpējām attiecībām. Indivīdi ir savstarpēji saistīti gan praksēs, gan saistībā ar praksēm. Tādējādi *sociālā* fenomens sastāv no praksēm, noteikumiem, attiecībām, kas veidojas starp praksēm un noteikumiem un visu šo sastāvdaļu kompozīcijas. Prakses un to sakopojumi (*bundles*) rodas, pastāv un izzūd galvenokārt saistībā ar cilvēku darbībām, lai gan ne tikai – tāpat darbības, notikumi un procesi, kas notiek bez cilvēku ietekmes, arī sekmē prakšu un to sakopojumu attīstību (Schatzki 2012: 21). Cilvēku darbības nepakļaujas pilnīgai kontrolei. Jauni aizsākumi var rasties jebkurā laikā kā jauni sociālo attiecību veidojumi jaunos virzienos.

2.4. Sociālo prakšu saistība ar patēriņu

Vispārēja prakses teorija sliecās būt idealizēta, abstrakta un nepietiekami vērīga pret sociālajiem procesiem, kuri ir klātesoši sociālo prakšu radīšanā un reproducēšanā. Daudzas prakses, it sevišķi integratīvās, rada patēriņu, kas kļuvis par ikdienas dzīves būtisku sastāvdaļu. “Pašreizējā izpratnē jēdziens *patēriņš* ir sinkrētisks, demonstrējot hronisku ambivalenci starp divām kontrastējošām jēgām (*contrasting senses*) – pirkšanu un patērēšanu, kuras abas ir ierakstītas ikdienas dzīves valodā un pētnieku analīzēs” (Warde 2005: 137). Vords patēriņu saprot kā procesu, kurā aģenti iesaistās ar nolūku iegūt, novērtēt vai vērot preces, pakalpojumus, notikumus, informāciju vai vidi, kā arī, iegādājas to vai neiegādājas – te aģentam ir zināma rīcības brīvība. Šādā ieskatā patēriņš pats par sevi nav prakse, bet tas ir nozīmīgs katrā praksē. Piemēram, zobupastas iegāde veikalā nav patēriņa prakse, tas vienkārši ir ikdienas dzīves patēriņš. Protams, patēriņa preču ieguve notiek prakšu robežās, un to lietojuma paplašināšanās veids noris atbilstoši prakses ieradumiem, un tādā gadījumā zobu pastas iegāde varētu noritēt atbilstoši ķermeņa kopšanas praksei. Indivīdu iesaistīšanās praksē vairāk nekā personīgs lēmums par prakses vadīšanu skaidro patēriņa dabu un procesu (Warde 2005). Patērēšanas prakses paplašinās un mainās arī kā reakcija uz performatīviem (kāda radītiem) sociālās

dzīves procesiem, kuros ir nepieciešamība pēc patērēšanas (Halkier et al. 2011), turpretī nemainās patērēšanas nozīmīgums, kultūras vide vai prakšu veicēju patēriņa iespējas un vajadzības.

Praksēm ir attīstības vēsture. Vēsturiski prakšu formas diferencējas saistībā ar institūciju kārtību laikā, telpā un sociālajā kontekstā, piemēram, mājsaimniecības organizācijas prakses modeli ietekmē ekonomiskās pārmaiņas un kultūras tradīcija. Tādējādi kolektīva mācīšanās, pieredzes veidošana un vara ietekmē patērēšanas stratēģijas²⁷ prakses realizācijai. “Kāpēc cilvēki dara to, ko viņi dara? Un kā viņi dara lietas tādā veidā, kādā viņi tās dara? –tie ir socioloģijas galvenie jautājumi, kas attiecas uz praksēm, un atbildes noteikti ir vēsturiskas un saistītas ar institūcijām”, rezumē Vords (Warde 2005: 140).

Te vietā būtu pieminēt pasenu privātmāju īstenojuma prakses modeli, kas tika realizēts Pierīgā 20. gs. 30. gados Latvijas brīvvalsts pirmajā periodā, proti, – jauna ciemata veidošanu Olaines purva teritorijā. Mežā 250 ha platībā tika ierīkots neparasts jaunbūvju ciemats –*Uzvaras līdums*²⁸. Celtniecībai sekoja visa valsts. Izbūvēja jaunu taisnu ceļu. Ap 70 vīru liela brigāde raka novadgrāvjus, apara zemi un daļu apsēja ar zālāju. Projekts paredzēja gatvi uz katru sētu, pie vārtiem kreisajā pusē stādīja liepu, labajā pusē ozolu, dienvidu pusē paredzēja vietu augļudārzam, bet ziemeļu pusē – egļu aizsargapstādījumam. Paredzēja arī vietu karoga mastam (Darbiņa 2009). Šodien jauno *plavu ciemu* māju apkārtnes infrastruktūra lielākoties ir nesakārtota, vienīgais rotājums ir automašīna pie mājas durvīm. 70 gadu laikā acīmredzami mainījusies mājas apkārtnes izveides prakse. Tolaik ciematu sāka veidot ar ceļa izbūvi, zālāju plānošanu un koku stādīšanu. Postsociālisma patērētāji mājas īstenojumā par apkārtni īpaši nedomā.

Prakses teorija līdzīgi kā *habitus* koncepts akcentē procesus praksē – rutīnas, praktisko domāšanu, neapprakstošas zināšanas, tradīcijas utt. Iepriekš jau tika norādīts, ka Burdjē *habitus* jēdziens saistībā ar izjūtu, kas iemiesota un strukturēta rīcībā, ir priekšstats, kas ietver cilvēku rīcības sakārtotību un prognozējamību, saskaroties ar šķietami brīvu rīcības izvēli kādā īpašā praksē, gan apvienojot dažādas prakses (Warde 2005: 140). Atsaucoties uz promocijas darba pētījumu, var secināt, ka, ja notikusi privātmājas iegāde par 100 000 latu pat īsti neapskatot tās apkārtni, tad, iespējams,

²⁷ Šeit ar “stratēģiju” tiek saprasti darbības principi konkrētu mērķu sasniegšanai

²⁸ Olaines pagasta teritorijā saglabājusies lauku apbūves teritorija no 20. gs. 30. gadiem *Uzvaras līdums* ar savdabīgu plānojumu un tipveida apbūvi, kas veidojusies nosusinot purvu 250 ha platībā un ierīkojot 16 paraugsaimniecības, kuras dzimtīpašumā ar Zemkopības ministra norādījumu 1936. gadā saņēma nacionālās armijas dalībnieki, kurus izvēlējās no 100 ģimenēm, kas pieteicās pretendentu atlasei. Avots: http://www.olaine.lv/uploads/filedir/Images/Attistiba/attistiba_pagasts.pdf (skatīts 12.12.2013.).

postsociālisma apstākļos kā patērēšanas stratēģija parādās *prognozējama neprognozējamība*. Dzīves nosacījumi sociālismā, kad iedzīvotājiem iespējas iegādāties un rīkoties ar privātīpašumu bija ļoti ierobežotas, daudzos degradēja personiskas atbildības izjūtu par patēriņu, jo personiskas atbildības trūkums tika piesegts ar kolektīvu atbildību. Promocijas pētījumā iezīmējās t.s. vidusslānis, ko teorētiski raksturo tā rīcībā esošais finanšu kapitāls, pārliecība par ilgstošu finanšu situācijas stabilitāti un sociālais atbildīgums, tomēr iepriekšējās zināšanas, ka par visu atbild valsts, jaunās pieredzes struktūrā ieņēma nozīmīgu vietu. Pēc Burdjē, *habitus* ik pa brīdim strukturē jaunu pieredzi saskaņā ar pagātnes pieredzes radītām struktūrām, ko ietekmē atlase – „integrācija, kas dominē agrākajās pieredzēs un ir statistiski kopīga visiem vienas šķiras pārstāvjiem” (Burdjē 2004: 84). Šo Burdjē atziņu būtu visai riskanti attiecināt uz postsociālisma patērētājiem. Promocijas darba pētījumā parādās atšķirības starp praksē iesaistīto personiskām vēlmēm un mājas iegādes iespējām, kā arī starp zināšanām par dzīvi privātmājā un spējām piedalīties mājas uzturēšanas procesos. Lai varētu nodrošināt ilgstošu patēriņu arī zemākā līmenī, daudzi jauno privātmāju īpašnieki ir spiesti realizēt jaunas sociālās prakses: lietot sabiedrisko transportu, palielināt algota darba apjomu, strādāt arī brīvdienās. Detalizētāka jaunu sociālo prakšu apguve saistībā ar dzīvi privātmājā analizēta promocijas darba 5. nodaļā.

Krievijas zinātnieces Tatjanas Barčunovas (Барчунова 2005) pētījumā par Novosibirskas pieredzi secināts, ka jaunas privātmājas ieguve mūsdienās tiek saistīta ar postpadomju nostalgiju, un ka Krievijā veidojas jauna sociālā prakse, kurā *mājas* izpratne tiek saistīta ar privātumu un sociālā lauka pārveidi. Barčunova pētījusi anastasiēšu²⁹ (*анастасийцы*) kustību, kas pastāv daudzās Krievijas pilsētās, un tās sociālo praksi – veidot ciemata modeli ar privātmājām – lauku sētām (*усадыба*). Krievijā, tāpat kā lielākajā daļā bijušajās padomju zemēs, nepiepildītas ilgas pēc sava mājokļa pamazām noveda pie sociālās apātijas. Centieni konstruēt māju kā simbolu, kas spējīgs stāties pretī sociālajai nenoteiktībai, Krievijas sākās jau 20. gs 90. gados saistībā ar zemes privatizāciju. Anastasiēšu kustības galvenā ideja - veidot lauku sētas bez pilsētas iezīmēm vai nu piepilsētā, vai no pilsētām attālās teritorijās. Šajā praksē

²⁹ *Анастасийцы* – anastasiēši ir ekoloģiski reliģiska kustība, kas veidojusies saistībā ar idejām, kas paustas Vladimira Megrē (dz.1950.) grāmatās. Kustībā iesaistīto ļaužu pamatmērķi balstās harmoniskās attiecībās ar dabu, atsakoties no mūsdienu civilizācijas, lai baudītu pirmatnējas dabas vai pašu izdomātus labumus. Tiek sludināta dzīvošana ekociematu lauku sētās dzimtas īpašumā. Kustības nosaukums pēc V. Megrē romānu cikla varones vārda – Anastasija ir Sibīrijas taigā dzīvojoša jauna sieviete, kurai piemīt dažādas unikālas spējas (piemēram, gaišredzība, prasme teleportēt u. c.) un kuras dzīvesstils tiek uzskatīts par atdarināšanas cienīgu.

anastasiēši ietver spēcīgu emocionālu un motivējošu jēgu – vesels cilvēks var rasties un piedzimt tikai mājā, ko cēlušī viņa vecāki. Lauku sētai jāievietojas vienā hektārā zemes un jābūt vienai daļai no 150 šādām sētām, kuras savstarpēji atdalītas ar žogu. Padomju laika *dāča* kā vēsturiska, ļoti ietilpīga sociāla prakse transformējusies un pilnveidojusies lauku sētas prototipā, kas veido jaunu patēriņa praksi, uzskata Barčunova. Atšķirībā no *dāčās*, dzimtas lauku sētas koncepcija paredz visu paaudžu kopdzīvi bez zemes utilitāras izmantošanas. Tā piedāvā dzīvesveidu bez “vergošanas” padomju garā pārtikas audzēšanai (Барчунова 2005).

Vērojot sociālās prakses, dažkārt šķiet, ka darbības, kuras nav identiskas, tomēr ir vienas un tās pašas prakses sastāvdaļas. Šāda iespējamība un nepārtraukta jaunu prakšu veidošanās var izrādīties prakses teorijas problēma, tomēr spontanitāte pieļauj patēriņa analīzes variācijas (Warde 2005: 146). Šāda pieeja ļauj pētīt patēriņa kolektīvas attīstības veidus, kuri ietekmē ikdienas dzīvi. Tomēr patērēšana nav unificēta un saskaņota darbība, ne arī personiski integrēta aktivitāte, tādējādi prakses teorija palīdz aptvert mūsdienu sadrumstalotās, postmodernās sociālās pasaules iezīmes, nezaudējot pašu patēriņu kā pētniecības mērķi. Prakses apstiprina mūsdienu identitātes skaidrojumus un patērēšanas lomu identitātes veidošanā. Katrs indivīds lietas iegūst dažādās patēriņa praksēs. Pēc Vorda domām, patērēšanas modeļi – naudas izdošana, īpašumi, kultūras aktivitāšu *portfolio* – ir atkarīgi no prakšu apjoma un sociālā grupējuma, un, kā prakses ir saskaņotas cita ar citu. Savukārt, ja iesaistītie cilvēki pieder atšķirīgām un neviendabīgām sociālajām grupām, var veidoties pašsadrumstalošanās tendence. Prakses teorija uzsver, ka patēriņš notiek praksē, un lietas tiek patērētas saistībā ar noteiktām praksēm, tādējādi indivīdi parasti kļūst par kompetentiem praktiķiem preču un pakalpojumu patērēšanā. Labi realizēta prakse prasa kompetentu praktiķi, kas spēj izmantot nepieciešamos pakalpojumus un manipulēt ar atbilstošiem līdzekļiem, kā arī velta vajadzīgo uzmanību prakses vadīšanai, papildinot kopējo sapratni par šo praksi, prasmes un uzticēšanos prakses vērtībām. Šāds uzskats ir savienojams ar skatījumu uz patēriņu, kurš uzsver patērēšanas rutīnas, kolektīvismu un tradīcijas. Tomēr iekšēji prakses ir atšķirīgas, tāpat kā indivīdi dažādās situācijās vienu un to pašu aktivitāti veic atšķirīgi (Warde 2005: 145). Pētot mājas patērēšanas prakses, var saskatīt patērēšanas rutinēto, kolektīvisma un tradīciju iedabu, jo mājas būvniecībā iesaistās gan profesionāļi, gan amatieri, papildinot kopējo izpratni par šo praksi.

2.5. Politiski un morāli ietekmētas patēriņa prakses

Izmantojot prakses teoriju socioloģijā, jāpievērš uzmanība prakšu formu pārmaiņām un atšķirīgajiem virzieniem, kādos indivīdi un grupas uzsāk vienas un tās pašas prakses, un arī sociālajiem konfliktiem un politiskām interesēm, kas iesaistās sociālo prakšu realizācijā un pārveidē (Warde 2005: 136). Jau analizējot Burdjē teoriju, tika norādīts, ka *habitus* nodrošina pagātnes pieredzes klātbūtni un uztveres, domāšanas, kā arī darbības veidā garantē prakses atbilstību laika gaitai precīzāk nekā formāli noteikumi (Burdjē 2004: 75).

Ikdienas dzīves patērēšanas prakses ir vēsturiski papildītas ar politisku un morālu jēgu, kas nav vienādojama ar vispārpieņemto dalījumu starp tirgu, cilvēkiem un politiku. Hārvarda Universitātes profesore Lizabeta Koenas (*Lizabeth Cohen*) formulējums “pilsoņi-patērētāji” (*citizens consumers*) (Cohen 2003) ietver plašāku nozīmi nekā tikai patērētāji un pilsoņi un tas ir piemērots apzīmējums, lai atspoguļotu, kā sociālie aktori izmanto tirgus iespējas (Thompson 2011). Tādā veidā skaidrāk redzama tirgus politizēšana un pilsoņu-patērētāju patēriņa prakses.

Politiskā ideoloģija atspoguļo dziļi iesakņotu šķiru, dzimumu un rasu hierarhiju un par to tiek diskutēts, vērtējot patēriņa prakses. Vēsturiski un politiski apstākļi veido ikdienas patērēšanas prakses ar politisku un morālu nozīmi, un tās aktualizē un aktivizē ne tikai patērētāji un reklāmas, bet arī ar žurnālisti, vietējo kopienu viedokļu līderi, sabiedriskas organizācijas un politiķi (Thompson 2011: 140). Dažādu viedokļu līderu saskarsme politisko pārmaiņu brīžos ir efektīva un var mainīt tirgu, sociālos un kultūras apstākļus, radot sākotnēju politizēta patēriņa pacēlumu.

Politiskā prakse Amerikas Savienotajās Valstīs ir ļoti ietekmējusi patērētāju kultūru un nodrošinājusi ideoloģiski sagatavotas trīs atšķirīgas sociālās kultūras kustības, kas veidojušas amerikāņu patēriņa un brīvā laika prakses (Press et al. 2011: 168). Pirmā no tām uzplauka 19. gs. beigās un 20. gs. sākumā, kad politiķi, lai veicinātu izceļošanu un atjaunotu Amerikas lielpilsētu darbaspēku, slavināja Amerikas tuksnesīgos plašumus kā vērtīgu un apdraudētu resursu. Vēlāk, pēc Otrā pasaules kara, sekoja suburbanizācijas projekts ar dzīvesstila un sociālo attiecību transformāciju, kā arī tādi patēriņa un pārvietošanās (*commuting*) modeļi, kas šo transformāciju veicināja (Thompson 2011). Amerikas piepilsētas strauji būvējās, un dzima “amerikāņu sapnis” – vienvēidīgas ģimenes mājas piepilsētā. Kā 1955. gadā rakstīja žurnāls “*Life Magazine*”, būvniecības attīstītājs Viljams Levits (*William Levitt*) radīja 150 viengimeņu mājas

nedēļā, un jauno māju rindas piepildīja Amerikas līdzenumus. Valstiski un politiski vīrietis Amerikā pagājušā gadsimta vidū tika cildināts kā apgādnieks, aizstāvis un mājas *boss*. Sievietes labprāt kļuva par mājsaimniecēm, un ģimenes dzīves modelis šķīra darbu no mājas dzīves. Dzimstība ASV laika posmā no 1936. gada līdz 1951. gadam pieauga vidēji par gandrīz 40% (Pojer 2013). Trešā sociālā kustība ASV veidoja alternatīvu tirgus sistēmu, ko parasti asociē ar 20. gs. 60. gadu kopienām un organiskās pārtikas kultūras kustību (Thompson 2011).

Lielbritānijā no 1920. līdz 1950. gadam uz patēriņu orientēta politika un ekonomika kā nozīmīgs faktors ietekmēja sieviešu identitāti, kad piepilsētu attīstība radīja priekšstatu par ideālu māju un patērētāju mājsaimnieci – *consumer housewife* (Giles 2007). Kā norāda Džūdija Džailza (*Judy Giles*), pārbīde uz privātmāju ir cieši saistīta ar modernās patērnieciskās mājsaimniecības veidošanos, kas tiek raksturota kā atkarīga no tirgus pārmaiņām, ar lietu uzkrājumiem un jauniem pakalpojumiem. Šī pārformulētā mājas dzīves versija bija fenomēns, kas parādījās kopā ar jaunu izpratni par sociālo labklājību, kura fokusējās uz īpašu ģimenes formu, suburbanizāciju, debatēm par vīrietiskumu un sievietiskumu (*masculinity, femininity*). Līdz ar to aktualizējās lielāka interese par bērniem un viņu vajadzībām, daļa sabiedrības kļuva turīgāka, paplašinājās patērētāju kultūras izpausmes, ietverot kino, žurnālus, māju celtniecību, mājsaimniecības priekšmetus, apģērbu, greznumlietas. 20. gs. pirmajai pusei raksturīga jaunu tirgus nišu meklējumi un dzimumu identitātes ziņā atšķirīgu patērētāju grupu izvirzīšana ar īpašu patēriņa preču piedāvājumu.

Būtu aplami interpretēt patērētāja vēlmes tikai kā individuālas, jo vēlmes, kā atgādina Džailza, iespējams, veidojas no valsts aktivitātēm, regulējot patēriņu vai piešķirumu resursus, vai arī no specifisku kopienu normām vai gaidām, un, protams, var būt, ka nabadzība aizkavē piekļuvi daudzām simboliskām vai kultūras kapitāla formām (Giles 2007). Sievietes labāku nākotni ģimenei un bērniem simboliski iezīmē ar komfortablu māju, brīvdienām, apģērbu... Un to var nodrošināt apdomīgas laulības, regulārs darbs un laba mājsaimniecība.

Džailza ir pētījusi trīs aspektus, ko viņa dēvē par agrīnā 20. gs. ģimenes modernitāti: mājas pakalpojumu nepietiekamība, piepilsētas dzīves uzplaukums un patērētāju kultūras uzplaukums. Viņa argumentē, ka viens no būtiskiem 20. gs. pirmās puses patērētāju kultūras raksturojumiem bija – veidot māju kā raksturīgu sievietes vidi, nodoties mājas dzīves veidošanai kā cienījamai sieviešu nodarbei un *mājsaimnieci* uzskatīt par cienījamu profesiju sievietei (Giles 2004). Laba mājturība nodala *housewife*

(mājsaimnieci) un izglītotu sievieti. Tomēr piepilsētas mājsaimniece tālaika Rietumu publiskajā komunikācijā neparādās kā neizglīkota, apātiska vai neirotika. Gluži otrādi, viņa ir līdzsvarota, kompetenta mājas menedžere, profesionāla mājas darbiniece, kas spējīga debatēt par sabiedrībā strīdīgiem jautājumiem, un viņai piemīt arī prasme izvēlēties, iegādāties un lietot greznumlietas, kā arī mājas priekšmetus. Viņa ir apķērīga patērētāja, secina Džailza, un mājsaimnieces kompetences, patērējot un menedžējot mājsaimniecību, determinē viņas sociālo statusu.

Vērtējot Latvijas politikas saistību ar patērēšanas praksēm, iezīmējas vairāki visai pretrunīgi laika posmi. Pirmais posms ir starpkaru periods – laiks starp Pirmo un Otro pasaules karu, kad tika dibināta un pirmos soļus spēra neatkarīga Latvijas valsts. Runājot par privātās dzīves sfēru, šā laika sociālo attiecību modelis noteica sieviešu politisko esamību bez reālas varas, eksistenci ekonomikā bez ekonomiskas neatkarības, un sociālā eksistence tika definēta kā sieviešu privātās sfēras aktivitātes (Eglitis-Stukuls 2002). Sociālisms mainīja Latvijas uzsākto rietumniecisko attīstības ceļu. Sociālistiskajā iekārtā sievietes it kā guva labumu no daudzām likumu normām – tika akcentēta vienlīdzība, paredzētas tiesības uz darbu, bezmaksas izglītību un veselības aprūpi. Valsts apmaksāja ar bērna gaidīšanu, piedzimšanu un jaundzimušā aprūpi saistītus atvaļinājumus. Piešķirot šos labumus, sociālistiskā valsts ar kontroli iemantoja lielāku varu un ar propagandu veidoja ideālu sievieti – māti un strādnieci. Bet stingrā dzimumu vienlīdzības prasība izpaudās arī tādējādi, ka vairāk nekā 80% sieviešu darbaspējas vecumā bija pilnīgi nodarbinātas. Tradicionāli sievietēm bija dubults slogs – viņas strādāja pilnu darba laiku un mājās pievērsās saimnieciskiem darbiem. Sieviešu darbs deva iespēju papildināt ģimenes budžetu (Hirt 2008: 341).

Latvijā un citās sociālisma zemēs valsts ideoloģija pārraudzīja kā *dzimumu*, tā arī *šķiru vienlīdzību* (Eglitis-Stukuls 2002). Tas veidoja arī īpašus sociālisma patēriņa modeļus. Pastāvēja īpaša varas elites apgādes sistēma, kas ietvēra gan ikdienas patēriņa preces, gan valsts nodrošinātus vai ārpus kārtas piešķirtus dzīvokļus un vasarnīcas. Sociālisma uzspiestā dzīves pelēcība un vienveidība veicināja ilgas pēc Rietumu dzīvesstila un patērēšanas.

Sabrūkot sociālisma sistēmai, neoliberālisms kļuva par postsociālisma valstu ideoloģisko dogmu. Valstu prioritātes pārbīdījās uz ekonomisko izaugsmi (Hirt 2008: 342), uzsverot valsts nespēju efektīvi pārvaldīt politiski ekonomisko dzīvi, kā arī bažas par iepriekšējo valsts iejaukšanos un iespējamību, ka atkārtota iejaukšanās post-

sociālisma valstu pārveidē varētu daļu cilvēku novest “uz dzimtbūšanas ceļa” (Hayek 1994). Tādējādi neoliberalisms izvirzījās priekšplānā kā “glābējpolitika”.

Klasiskie liberāļi apgalvoja, ka brīvais tirgus ir brīnišķīgs mehānisms, kas saskaņo ikviena cilvēka egoistiskās prioritātes ar sabiedrības interesēm, un jebkāda ārēja iejaukšanās šajā procesā būtu traucējoša. No tā izriet, ka privātīpašums ir neaizskarams, ka atbalstāms ir *laissez-faire* princips – pēc iespējas mazāka iejaukšanās lietu dabiskajā norisē (Brīvers 2011). Tomēr klasiskie liberāļi atzina, ka šāda pieeja ir efektīva tikai tad, ja pastāv noteikti nosacījumi – absolūta konkurence, simetriska informācija, līdzvērtīgas “starta pozīcijas”, kas atbilst kapitālisma agrīnajai stadijai. Ne absolūta konkurence, ne simetriska informācija (pircējs = pārdevējs) vairs nav tipiska situācija tirgū, turklāt *sales approach*, proti, pārdošanas pieeja, kas balstās uz pārdošanas tehnoloģijām, ir pārveidojusi patērētāju izturēšanos tirgū, secina Banku augstskolas profesors Ivars Brīvers. Neoliberalismam³⁰ šodienas izpratnē ir maz kopīga ar klasisko liberālismu. Mūsdienās, lietojot jēdzienu *neoliberalisms*, parasti gan tiek saprasts tieši monetārisms. Lai gan mūsdienu liberāļi aicina pēc iespējas mazināt valsts iejaukšanos ekonomikas procesos, tomēr vienlaikus tie prasa pat ļoti stingru iejaukšanos ekonomikā, ja tas skar starptautiskā finanšu kapitāla intereses (Brīvers 2011). Kā uzskata RSU asoc. profesors Dainis Zelmenis, pie neoliberalisma piekritējiem pieskaitāmi ekonomikas globalizācijas aizstāvji un transnacionālās rūpnieciskās un finanšu korporācijas, kuru ekonomisko interešu realizēšanai traucē nacionālo valstu ekonomikas regulēšana.

Neoliberālā politika 20. gs. 90. gados izvilka Latviju no komunisma grāvja, bet strauji ievēla otrā grāvī – nevienlīdzīgā un antagonistiskā sabiedrībā (Kokins 2010). Vairākas Centrāleiropas postsociālisma valstis piekopa citu politiku – ar neatkarīgu monetāro politiku mudinot ārvalstu investorus pievērsties ne tikai spekulatīvām investīcijām, bet galvenokārt naudas plūsmu ģenerējošiem ražošanas projektiem. Postsociālisma nometnē tika izstrādāti atšķirīgi ekonomiskās pārveides modeļi, bet katrs no tiem bija saistīts ar neoliberalismu: gan izvirzot tirgus attiecības kā prioritāti, gan sociālās attiecības balstot uz privātās ražošanas pārpalikuma piesavināšanu, gan realizējot īpašumtiesību un šķiru konfigurācijas maiņu, gan arī veidojot valsts atbalstītas tirgus ekonomikas un kapitālisma sociālās attiecības (Stenning et al. 2010). Ekonomiskā pārveide notika strauji, un šādā “tranzītkultūrā” bija maz iespēju debatēm vai alternatīvām (Kennedy 2002).

³⁰ Neoliberalisms kā patstāvīgs ekonomiskās domas virziens noformējās 20. gs. 30.–40. gados, veidojot divus novirzienus: Freiburgas skolas jeb sociāli atbildīgas tirgus ekonomikas virzienu un neokonservatīvisma jeb monetārisma (Čikāgas skola) virzienu (Zelmenis 2011).

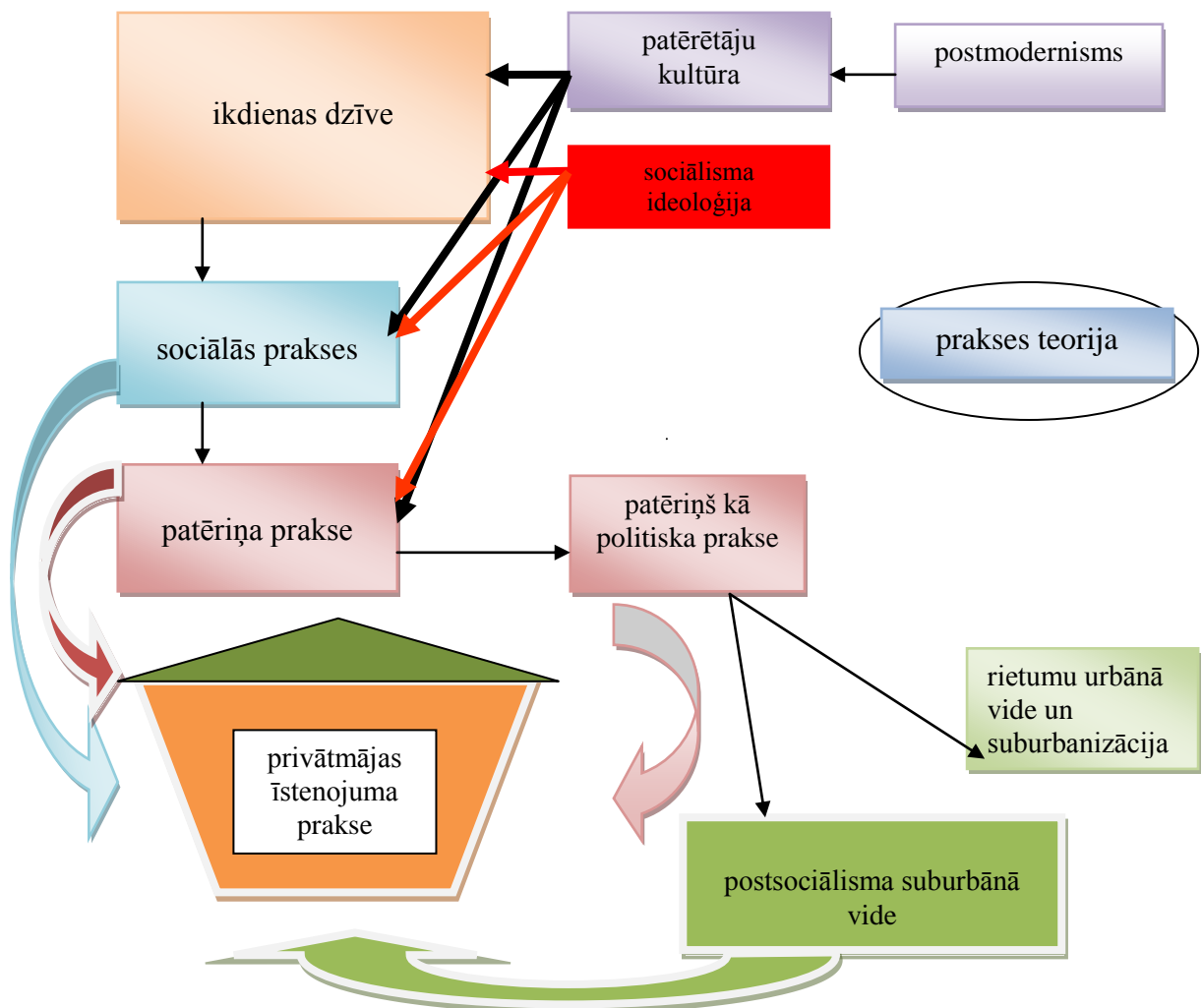
Neoliberālismu raksturo arī ģeogrāfiskas atšķirības un sarežģīti vietējie procesi. Eiropas Savienības reģionālā politika diskusijās un pieņemto dokumentu līmenī vienmēr uzsvērusi vienotās Eiropas iespēju garantēt visiem reģioniem godīgu un līdzsvarotu attīstību. Pirms desmit gadiem Eiropā šāda perspektīva šķita ļoti daudzsološa. Kā 2000. gada publikācijā atzina Hārvarda Universitātes urbānās teorijas profesors Nīls Brenners (*Neil Brenner*), vietējā līmeņa valstu diskusijas ir radījušas jaunus subnacionālās ģeogrāfijas mērķus nozīmīgākai sociālekonomiskajai politikai. “Nacionālās konkurētspējas aizsargāšana un pastiprināšana ir priekšrocība Eiropas integrētajai ekonomikai, kas aizvien vairāk un redzamāk nostiprina Eiropas reģionu veidošanu, apvienojot teritoriāli specifiskus subnacionālos ražošanas nosacījumus, sociāli ekonomiskās vērtības un institucionālās formas” (Brenner 2000: 319).

Tomēr paplašinātā Eiropa un straujā, neoliberalisma vadītā pārveide jaunajām Eiropas dalībvalstīm uzlika smagus pārbaudījumus. Iespēja sadzīvot ar neoliberalismu bija jāatrod ne tikai politiskajai elitei un vietējai varai, bet arī kopienām, ģimenēm un indivīdiem savā ikdienas dzīvē (Creed 1998). Neoliberalisma iedvesmota, Latvijā tieši politiskā elite ap 2004.–2007. gadu ar saukļiem “gāzi grīdā!” un “mums priekšā septiņi treknie gadi!” aicināja sabiedrību uz neapdomīgu patērēšanu. Te patēriņš parādījās kā politiska prakse saistībā ar nekustamā īpašuma tirgu, veicinot banku lobismu, celtniecības uzņēmumu attīstību, būvmateriālu tirdzniecību. Politiski maz tika domāts, cik atbildīgi ir iedzīvotāji, iesaistoties jaunajās patērēšanas praksēs. Raksturīgi Latvijas situācijai ir Jurģa Liepnieka, vairāku Latvijas premjerministru politiskā padomnieka, izteikumi intervijā, kas sniegta 2012. gadā žurnālam “Ir”. Liepnieks stāsta, ka 2006. gadā, pārdodot virkni nekustamo īpašumu, viņam izdevušies veiksmīgi darījumi par aptuveni 5 miljoniem eiro, bet tagad atzīstas, ka nespēj atmaksāt bankas kredītus un viņam draud personiska maksātnespēja. Bijušais padomnieks sevi dēvē par “tipisku latviešu idiotu” un secina, ka “cilvēkiem piemīt dabiska tieksme slikties savas nekompetences virzienā” un nodarboties ar lietām, kuras nesaprot (Sprance 2012: 19).

Postsociālisma ļaudis ir perfekti izpētes subjekti, lai novērtētu tādu cilvēku ikdienas dzīves pārmaiņas, kuriem agrāk bijusi liegta patēriņa izvēle. Sociālistiskā patēriņa preces nebija izteikti fetišizētas, bet sociālās attiecības bija daļa no patēriņa preču izpratnes un jēgas (Creed 2002: 120). Utopiska pāreja uz kapitalismu iztēlošana pēcsociālisma periodā atraisīja sociālistisku atjautību naudas ieguvē un sociālo attiecību manipulēšanā. Krīds uzskata: tās bija kapitālistiskās patērēšanas gaidas sociālistisko attiecību kontekstā, kas pāreju no sociālisma uz kapitalismu padarīja tik postostošu un

šokējošu, jo no sociālisma tika mantota izjūta, ka nespējai patērēt ir būtiskāka nozīme nekā aizliegumam. Aizvien aktīvāk tika veidots uzskats “ja tu nepērc, tu neesi nekas” (Creed 2002: 122). Postsociālisma patērētāji novērtēja kapitālistiskā tirgus attīstību kontekstā ar sociālisma veidotām gaidām, iekļaujot socialistiskā patēriņa prakses elementus pašu izveidotā priekšstatā par Rietumu kapitālismu.

2.2. attēlā ir atspoguļota promocijas darba teorētiskā struktūra ar prakses teoriju centrā. Sociālās un patēriņa prakses veidojas ikdienas dzīvē saistībā ar laiktelpu.



2.2. att. Prakses teorijas iesaiste promocijas darba teorētiskajā koncepcijā

Mūsdienu prakses ietekmējis postmodernisms. Savukārt postsociālisma valstu iedzīvotāju patēriņa modeļus ietekmējusi sociālisma ideoloģija un vēlme pēc Rietumu standartiem. Darba teorētiskās daļas centrā ir prakses teorija, jo prakses teorijas pētniecisko interešu lauks ir saistīts ar ikdienas dzīvi, kuras sfērā ietilpst arī privātmājas īstenojuma sociālās un patērēšanas prakses. Lai padziļināti pētītu privātmājas īstenojuma prakses, promocijas darba teorētiskajā daļā, analizējot privātmājas īstenojumu kā prakses modeli, iezīmēta arī prakses vide – postsociālisma suburbanā (piepilsētas) zona un tās salīdzinājums ar Rietumu suburbanizāciju. Analizēta arī politiski ietekmēta patēriņa prakšu ietekme uz suburbanizācijas procesiem.

2.6. Patēriņa prakšu pētniecības aktualitāte

Pieaugoša zinātniska interese par patēriņa socioloģiju ir veidojusi Eiropas Sociologu asociācijas (ESA) Patēriņa pētniecības zinātnieku tīklu un stimulējusi pētījumus par ikdienas patēriņu.³¹ 20. gs. 90. gadu beigās patērētāju kultūras pētniecība kļuva populāra, sāka iznākt vairāki zinātniski izdevumi: žurnāli “*Consumption*” un “*Markets and Culture*” bet kopš 2001. gada iznāk “*Journal of Consumer Culture*”. Patērētāju kultūra īpaši ir tikusi pētīta Lielbritānijā, ietverot valsts finansiāli atbalstītu patēriņa pētniecības programmu 2002. gadā, kas deva, pirmkārt, paplašinātu patērētāju kultūras redzējumu un, otrkārt, starpdisciplināru pieeju patēriņa zinātniskai izpratnei. Jāpiemin arī Lielbritānijas Sociālo un kultūras pārmaiņu izpētes centrs (*Centre for Research on Socio-cultural Change, CRESC*), kas darbojas Ekonomikas un sociālo pētījumu padomes (*Economic and Social Research Council, ESRS*) paspārnē un kurā strādā vadošie britu sociālo procesu un patēriņa pētnieki. Uzsverot jaunu zinātnisku pieeju sociālajai sfērai, viņi veido grāmatu sēriju. 2009. gadā centra pētnieki izdevniecībā *Routledge* laida klajā izdevumu “Kultūra, šķira, nošķirums” (“*Culture, Class, Distinction*”), kurā vispusīgi analizēta “kultūra pēc Burdjē”. Izdevuma autori³² atzīst, ka vairāk nekā 30 gadu laikā, kopš uzrakstīts Burdjē darbs “Nošķirums. Gaumes spriedumu sociālā kritika” (1979) radies daudz jautājumu, piemēram, vai šķiru jēdziens nav zaudējis savu aktualitāti. Autori arī atzīst, ka mūsdienās mājas dzīves attiecības vērtējamās citādi nekā 20. gs. vidū. Top jauns izdevums par kultūras analīzi un Burdjē mantojumu. Šo zinātnieku pētniecisko interešu lokā nozīmīgu vietu ieņem arī patēriņa prakse. Tā kopā ar daudziem pasaules sociālo zinātņu pētniekiem 2010. gadā tapis apjomīgs četru sējumu izdevums “Patēriņš” (*Consumption, SAGE Publications*), vairāku šī izdevuma autoru (*Trentmann, Featherstone, Campbell, Bourdieu, Bauman, Cohen, Warde, Savage, Schor* u. c.) publikācijās argumentētās teorētiskās atziņas iekļautas arī promocijas darba teorētiskajos izvērsumos.

³¹ Pēdējos gados pētnieki tieši ESA Patēriņa pētniecības tīkla ietvaros diskutē par prakses teorijas attīstību un lietojumu. Daudzi ESA Patēriņa pētniecības tīkla pētnieki regulāri tiek ESA kongresos un starpkongresu pasākumos. Promocijas darba autorei kā ESA biedrei ir bijusi iespēja prezentēt promocijas darba pētījuma atziņas gan 2011. gadā ESA kongresā Ženēvā, gan patēriņa pētnieku starpkongresu tikšanās pasākumos 2012. gadā Berlīnē un 2014. gadā Porto.

³² Izdevumu veidojušas pazīstamas britu mūsdienu socioloģijas personības: Atvērtās universitātes socioloģijas profesors Tonijs Benets (*Tony Bennett*) un socioloģijas docētāja Elizabete Silva (*Elizabeth Silva*), Jorkas Universitātes socioloģijas profesors Maiks Sevidžs (*Mike Savage*) un Mančestras Universitātes socioloģijas profesors Elans Vords, Atvērtās universitātes, Mančestras un Čīles universitātes profesors Modesto Gajo-Kals (*Modesto Gayo-Cal*), pētnieks Deivids Rings (*David Wrang*).

2011. gadā “*Journal of Consumer Culture*” vispusīgi pievērsās ikdienas dzīves patēriņa pētījumiem, kas balstīti prakses teorijas pieejā. Vairāku publikāciju autori ir secinājuši, ka prakses teorija ir noderīga, ne tikai pētot patēriņa prakšu stabilitāti, bet arī, lai gūtu ieskatu, kādas prakses ir sastopamas un kādas vēl tikai veidojas, kas ir sevišķi būtiski saistībā ar jaunajām patēriņa praksēm postsociālisma valstīs. Prakses teorija pēdējos desmit gados veiktajos patēriņa pētījumos ir apliecināta kā daudzsološa pieeja, kas ļauj pārbīdīt individuālā patērētāja aspektu uz patērēšanas kopējiem aspektiem, uzsver E. Vords, un no iespaidīgas un demonstratīvas patērēšanas dimensijas pētīšanas uz rutinizētu un ikdienas patērēšanas dimensiju, jo prakses teorija nav vispārīgi pieņemta teorija, bet vairāk līdzinās virzienam mūsdienu sociālajā teorijā (Warde 2005). Uz Vorda teoriju atsaucas arī dāņu pētniece Kirstena Grama-Hansena un publikācijas analīzē iezīmē kontūras starp individuālo pieredzi un praksēm, kas balstītas kultūras struktūrā, analizējot to, kā kultūra un sociālā struktūra konstituē pretošanās spējas un izaicinājuma savienojumu patēriņā (Gram-Hanssen 2011). Savukārt itāļu sociologs Paolo Magauda (*Paolo Magaudda*) ierosina ieviest terminu “prakšu cikls”, kas iezīmētu saistīto objektu, nozīmju un uzvedības transformācijas ceļu, uzsverot, ka prakses tiek radītas, stabilizētas un pārveidotas (Magaudda 2011). Arī promocijas darba pētījums atklāj, kā pārveidojas indivīdu prakses saistībā ar privātmājas patērēšanu, piemēram, no impulsīvas demonstratīvas patērēšanas līdz pieticīgam dzīves līmenim, tādējādi realizējot “prakses ciklu”.

2. nodaļas kopsavilkums

Prakse veidojas, kā cilvēku organizēts process, ko ierobežo zināšanas, finansiāli, semiotiski un izmantoto *lietu* nosacījumi. Prakses ir saistītas cita ar citu – daļējā saskaņotībā, sadarbībā, vadīšanā, savstarpējā secībā, viena kā citas apakškopa. Nesaskatot un nevērtējot sociālās prakses, pasaules aina kļūst sadrumstalota.

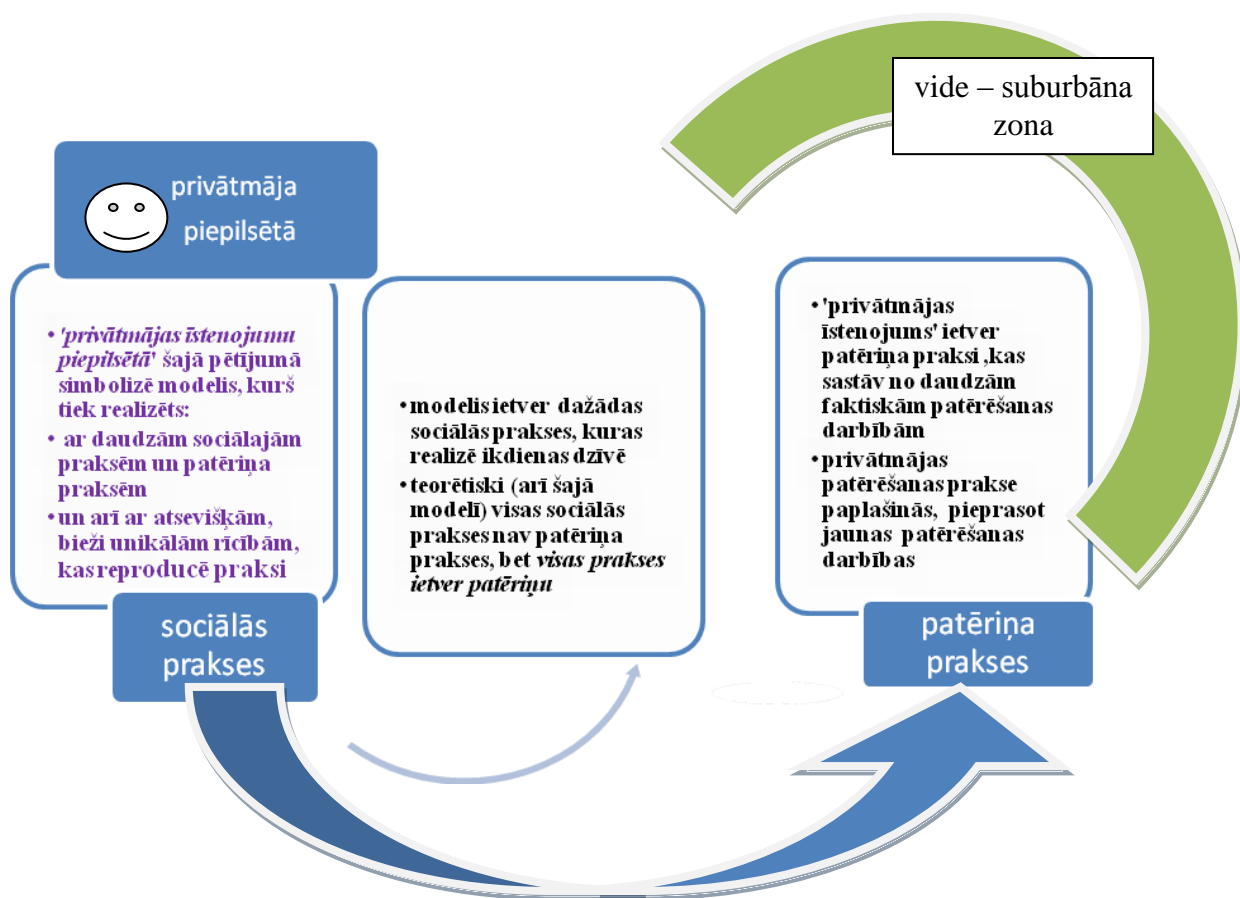
Ap 2000. gadu atjaunojās zinātnieku interese par sociālajām praksēm. Šackis un Rekvics, analizējot Vitgenšteina, Burdjē, Gidensa u.c. teorētiskās pieejas sociālās prakses fenomenam, veidoja vairāk mūsdienīgu pieeju sociālo prakšu pētīšanai, ko Šackis nosauca par *prakses teoriju*. Tādējādi *prakses teorija* veidojās nevis kā vispārīgi pieņemta teorija, bet vairāk līdzinās pieejai vai virzienam mūsdienu sociālajā teorijā. Prakses teorijas ievirzes teorētiski uzskata, ka, pirmkārt, prakse ir atšķirīgu organizētu aktivitāšu apvienojums, otrkārt, cilvēku dzīvei raksturīgas ir darbības formas, kas

veidojas nevis kā indivīdu darbības, bet kā prakses, un, treškārt, ka cilvēku darbību pamatā ir fenomēns, ko nevar ietvert vārdos. Šāda prakses teorijas izpratne par prakses organizāciju ir līdzīga ar Burdjē un Gidensa teorijām, lai gan abu pēdējo teorētiskie uzskati savstarpēji atšķiras: Burdjē balstās uz *habitus*, “ierobežojumiem” un kapitālu, bet Gidenss – uz noteikumiem un resursiem. Pēc Vitgenšteina uzskata, prāts nosaka to, kā lietas notiek un eksistē. Pēc Šacka domām, kontekstu katra indivīda attīstībai veido prakšu un noteikumu apvienojums, kas ir pamatā cilvēku līdzāspastāvēšanai. Savukārt Rekvics, teorētiski “vienkāršojot” prakses teoriju, argumentē, ka prakses teorija sociālajā sfērā ļauj iezīmēt ne tikai fiziskas izpausmes, bet arī domāšanu un zināšanas, jo rutinēta domāšana un ar to saistītās zināšanas ir prakšu elementi un integrāla tās daļa. Rekvics ir definējis praksi, uzskatot, ka tā ir ierasts uzvedības veids, kas sastāv no dažādiem savstarpēji saistītiem elementiem: ķermeniskas un garīgas darbības, no *lietām* un to lietošanas, no pamatzināšanām, kas nodrošina izpratni un no zinātības (*know-how*), kā arī no emociju un motivācijas izpausmes. Šāda prakses izpratne tiek citēta daudzos pēdējās desmitgades pētījumos par sociālajām un patēriņa praksēm.

Elans Vords prakses teoriju uzskata par piemērotu patēriņa pētniecībā, jo, viņaprāt, tieši iesaistīšanās vispārējā praksē izteiktāk nekā personisks lēmums par prakses realizāciju skaidro patēriņa dabu un procesu. Patērēšanas prakses mainās un paplašinās arī kā reakcija uz sociālās dzīves procesiem, kuros ir nepieciešamība pēc patērēšanas. Tādējādi postsociālisma zemju iedzīvotāji ir perfekti izpētes subjekti, jo kā jauni patērētāji globālajā tirgū viņi novērtē jauno kapitālistiskā tirgus attīstību kontekstā ar sociālisma izveidotām gaidām. Pārlicība, ka tieši piedaloties patēriņā ikviens patērētājs var uzņemties atbildību par paša unikalitāti un individualitāti, ir uzskatāms par mūsdienu postmodernās patērētāju kultūras ideoloģisko balstu.

3. PRIVĀTMĀJAS PATĒRIŅA PRAKSI IETEKMĒJOŠI FAKTORI

Privātmājas īstenojuma pētījumam promocijas darbā izmantota modeļa pieeja, jo praksi var analizēt arī kā simbolisku modeli, kas apvieno dažādas prakses un ietver atsevišķas, bieži unikālas darbības, kuras reproducē praksi (Reckwitz 2002). Katra prakse teorētiski ietver A. Rekvica³³ definētos elementus (*lietas* un to lietošanu, garīgas un fiziskas darbības, prasmes, motivāciju un emociju izpausmi), tādējādi arī simboliskam modelim raksturīgi vispārēji prakses elementi un to savstarpēja saistība, tomēr saskaņā ar Elana Vorda uzskatu prakses filozofiskā redzējuma elementi nevar būt vienkārši transponēti empīriskā analizē (Word 2005).



3.1. att. Privātmājas īstenojums kā sociālo un patēriņa prakšu simbolisks modelis

Privātmājas īstenojumā tiek lietotas dažādas ikdienas dzīves sociālās prakses, kuras ietver arī patēriņu. Bet privātmājas īstenojums ietver arī daudzas patērišanas darbības vai vienkāršus tēriņus, kas, iegūstot prakses elementus, var producēt patēriņa prakses.

³³ A. Rekvica izvirzītos prakses elementus un to saistību vizuālu attēlojumu sk. promocijas darba 2. nodaļā

Promocijas darba pētījumā privātmājas patērēšana teorētiski analizēta kā daudzas prakses apvienošs simbolisks modelis, jo lielākā daļa ikdienas dzīves patērētāju prakses nav norobežotas, bet integrētas cita citā (Halkier et al. 2011). D. Satertons ar kolēģiem uzsver prakses konceptualizāciju kā būtisku līdzās prakses aktivitātes izklāstam, jo praksē galvenais ir tai raksturīgā dzīves sfēra un saistība ar institūcijām un varu (Southerton et al. 2012). Darba empīriskajā daļā pētītas parēriņa prakses, analizējot respondentu privātu pieredzi, bet indivīdu pārliecības var izprast, izprotot viņus ietekmējošos apstākļus un pieredzes kā plašāku sociālo struktūru kontekstu, kura iespaidā indivīdi atrodas (Irwin 2008).



3.2. att. Privātmājas patēriņa praksi ietekmējošie faktori

Privātmājas patēriņa praksi postsociālisma piepilsētās zonā ietekmē vairāki vispārēji faktori³⁴ un to savstarpējā mijiedarbība: māja kā lieta un tās patēriņa motivācija; sociālās stratifikācijas konteksts privātmājas patēriņā; ētikas un emocionālais aspekts patēriņā; piederības vietai izpratne; piepilsēta kā prakses vides konteksts³⁵.

3. nodaļas izklāstā tiks analizēti vairāki būtiski privātmājas piepilsētā postsociālistiska patēriņa praksi ietekmējošie faktori.

³⁴ *Faktors* – apstāklis, kas cēloniski iedarbojas uz procesu – to izraisa, determinē, veicina vai pastiprina; apstāklis, no kā atkarīga kādas parādības izpausme; sk.: *Svešvārdu vārdnīca*. Rīga: Jumava, 1999.

³⁵ *Konteksts* šeit nozīmē apstākļu, notikumu, faktu u.tml. kopumu, kas nepieciešams, lai varētu saskatīt vai saprast kādu atsevišķu apstākli, notikumu, faktu u.tml.: sk. *Svešvārdu vārdnīca*. Rīga: Jumava, 1999.

3.1. Mājas kā *lietas* patēriņa motivācija

“Es apgalvoju, ka apdzīvotā pasaule satur nevis objektus, bet gan lietas,” pārliecināts ir Aberdīnas Universitātes sociālantropologs Tims Ingolds (*Tim Ingold*) un tēlaini uzbur lietu pasauli, kurā improvizētas prakses atraisās, un lietas pa dažādām trajektorijām nonāk esamībā (Ingold 2010: 3). *Objekts* ir noticis fakts, kurā var sajūst sastingumu, tas ir kā ārēja virsma mūsu apskatei. Bet *lieta* – pretstatā *objektam* – *notiek*, vai, pareizāk sakot, tā ir vide, kur savijas dažādas aktivitātes (Ingold 2010: 4). Domājot par māju celtnēm, T. Ingolds apgalvo, ka reāli māja nekad nav pabeigta. No iedzīvotājiem māja prasa nemitīgas pūles uzturēt to saistībā ar iemītniekiem – cilvēkiem un citām būtnēm, turklāt arī laika apstākļiem ir savas “prasības”. Lūk, kā to redz antropologs Tims Ingolds – vējš pūš projām dakstiņus, lietus pil cauri jumtam, baro sīkbūtnes un draud sapūdēt kokmateriālus, bet notekas ir pilnas ar lapām, un skudru leģioni cenšas tikt pāri sliexsnim. Māja ir dažādu “dzīvju” savienošana. Tādējādi iedzīvotāji piedzīvo māju nevis kā *objektu*, bet kā *lietu* (Ingold 2010: 5). Kad cilvēki darbojas, viņi atstāj pēdas ap savām mājām, ciemiem un pilsētām. Šajos daudzveidīgajos mudžekļos, uzskata Ingolds, katra kustība vai celtniecība ir vairāk “*arhitektuāla*”, nekā saistīta ar arhitektūru. Un mājas kā *lietas* īstenošana veido prakses un patēriņu. Privātmāja joprojām ir lielākais privātais patēriņš, ko cilvēki var veikt, un tam raksturīga ilgstoša kultūras savdabība, tādēļ māja ir interesants un īpašs patēriņa pētniecības gadījums. Turklāt, kā atzīmē Austrālijas Grifitas Universitātes profesors Īans Vudvords (*Ian Woodward*), māja spēj būt par simbolu mūsdienīgumam, vidusšķiras statusam un pārticībai (Woodward 2003).

Mājas dzīvesveidu, tā organizēšanu, iekšējo telpu objektu izvēli ierobežo ģimenes, sociālā dzimuma un šķiru ētiskie priekšstati. Māja ir kā personas pieredzes noliktava, atsaucoties uz Lorensu (Lawrence 1985), atzīst Vudvords (Woodward 2003: 394). Mūsdienu neaptverami plašais patēriņa preču piedāvājums ļauj veidot mājvietu patiesi unikālā stilā, tomēr mājas vidē tiek realizēta ne tikai atpūta, bet bieži vien arī darbs un tad stilam vai dizainam ir mazāka nozīme. Vēlme ar mājas palīdzību paust individuālu gaumi, personas statusu, no vienas puses, un nepieciešamība saglabāt mājas vidi ērtu, relaksējošu, no otras puses, – tas ir bieži sastopams konflikts. Kā cilvēki tiek galā ar šo pamata dilemmu, vaicā profesors Ī. Vudvords un, atsaucoties uz Bodrijāra teoriju par patērētājiem raksturīgo psiholoģisko “trūkumu”, secina, ka mēs, protams, varam patērēt fiziski *lietas*, tomēr patiesībā patērējam *ideju par lietu* (Woodward 2003).

Patēriņa objekti galu galā bieži vien liek vilties – tie gandrīz nekad īsti neatbilst vajadzībām un funkcijām, kas sākumā radīja mūsu tieksmi pēc šiem objektiem (Baudrillard 1998). Patēriņš un patērētāju kapitālisms tādējādi tiek radīts ar psiholoģisku “trūkumu”, ko nepārtraukti stimulē, bet pilnībā to nav iespējams apmierināt. Ī. Vudvords (Woodward 2003: 399), skaidrojot Makrakena (McCracken 1988) teoriju, uzsver, ka patērētāju sabiedrībā pakalpojumu iekārojamiem objektiem ir spēcīgs resurss, lai veidotu tiltu starp reālo un ideālo. Sapņošana un fantazēšana ir svarīga, lai cilvēki definētu un veidotu priekšstatu par ideālu. Pēkšņas, psiholoģiski asas izjūtas rodas, līdzko cilvēki iegūst kādu savu fantāziju elementu. Nozīmīgākā patēriņa sastāvdaļa tiešām ir iztēle – patērētāji vēlas priekšmetus, jo viņi tic, ka priekšmeti piedāvās kaut ko jaunu, kas sniegs jaunu pieredzi, iespējas un emocijas (Woodward 2003: 399). Tādējādi patērētājiem faktiski bieži nav vēlmes iegūt objektu pašu par sevi, tā ir “sapņa iegāde” un patīkams pārdzīvojums, ko cilvēki bauda jau iztēlē.

Postsociālisma zemēs ikdienas dzīves raksturošanai bieži tiek lietots jēdziens *normāls* saistībā ar lietām, pakalpojumiem un dzīves standartu, kāds, iespējams, ir neparasts vietējam kontekstam, un kuru iztēlojas kā vidusmēra Rietumeiropas vai ASV dzīvesstilu. Tomēr 20. gs. 90. gados postsociālisma zemju iedzīvotājiem nācās piedzīvot vilšanos, jo viņu gaidas un cerības apmulsināja strauja politiskās sistēmas transformācija un izraušanās izfantazētajā Rietumu materiālajā pasaulē. Materiālā kultūra ar postsociālisma praksēm, vērtībām, subjektivitātēm patiešām ir savdabīga joma pētniecībai, turklāt, kā uzskata ungāru izcelsmes Mičiganas Universitātes antropoloģijas profesore Kristīna Fehērvāri (*Krisztina Fehérváry*), postsociālisma valstis nav vienīgās, kas salīdzina sevi ar idealizētajiem Rietumiem, jo globālie standarti mūsdienās kļūst aktuāli tieši saistībā ar vietējām praksēm un ieradumiem (Fehérváry 2002: 369). Fehērvāri pārliecina, ka masu patērētāju sabiedrību un patērētāju subjektivitāti sociālisma zemēs ir veicinājusi tieši pati sociālisma valsts, unificējot modernos dzīvošanas standartus un esot vienmēr opozīcijā tam, kas tika uzskatīts par ikdienišķu un pieejamu plašam vidējam sociālajam slānim Rietumos. Tomēr patēriņš nav nedz kaut kas jauns, nedz arī svešs postpadomju pilsoņiem, jau ilgstoši tas ieņem nozīmīgu vietu savstarpējās attiecībās citam ar citu, ar valsti, ar pasauli (Patico & Caldwell 2002: 288).

Sociālisma veidotās sabiedrības *izdzīvošanas* stratēģijas Polijā 20. gadsimta 80. gados ir pētījusi amerikāņu antropoloģe Janīna Vedela³⁶ (Wedel 1986). Recenzējot Vedelas pētījuma publikāciju, Huberts Gabričs³⁷ atzīmējis, ka pētījumā akcentētas Polijas iedzīvotāju divas atšķirīgās dzīves sociālisma laikā – publiskā un privātā: publiskā dzīve raksturojama kā rituāls, bet privātā dzīve ir noslēgta. Viens morāles kods paredzēts ģimenes privātajai dzīvei un draugiem, cits kods – sabiedrībai, secinājusi Vedela (Wedel 1986). Cilvēki centās veidot privātu vienošanos tīklu, iesaistot ģimenes locekļus, draugus un paziņas, lai iegūtu preces, pakalpojumus, informāciju, kas nebija pieejama visiem. Lai realizētu šīs vienošanās, bija jāpārzina savveida etiķete, kas ietvēra zināmus atslēgvārdus, personas izturēšanos un indivīdus vienojošas saites. Apmaiņa starp draugiem un paziņām nebija vienkārši bārtera darījums, kā novērojusi Vedela; tā ietvēra savstarpēju pienākumu sistēmu, un cilvēki it kā nonāca savstarpējās parādsaistībās, bet parāds nebija konkrēti apzināts. Tādējādi cilvēki deva priekšroku lojalitātei citam pret citu, un tas spēja ilgstoši uzturēt šādu privātu vienošanās sistēmu. Līdzīga *izdzīvošanas* sistēma veidojās arī citās sociālisma valstīs. Iespējams, sociālā apziņa, kas sakņojusies privātas vienošanās sistēmā, pretojās ekonomiskām un politiskām reformām, un šīs reformas, kā raksturo H. Gabrišs, pārvērtās savdabīgā “kultā”. Līdzīgi varētu raksturot arī Latvijas ekonomiskās un politiskās sistēmas pārveidi 20. gadsimta 90. gados.

Par *normālu* ekonomisko, politisko un sociālo sistēmu tiek uzskatīti tādi apstākļi, kuros ir iespējama sociālā rīcība un privātā dzīve (Fehérváry 2002: 373). *Normāls* veido atsauci uz tādu dzīvesveidu, kas tiek saprasts kā moderns, civilizēts un tādējādi nostiprina *Eiropu* un *Rietumus* kā dominējošo normu pretstatā sociālismam. Līdz ar to mājas sfēra tika idealizēta kā autonoma vieta un patvērumš no valsts uzbāzības un nenormāliem sociāliem, ekonomiskiem un politiskiem apstākļiem. Nenormālie apstākļi nepazuda līdz ar sociālisma sabrukumu, tāpēc vēlme pēc privātās sfēras jaunā mājā, pēc amerikāņu atvērtā tipa virtuves, labiekārtotas un modernas vannas istabas tikai pieauga. Šī vēlme bija cēlusies no kultūras loģikas, kas tādas telpas fantāzijā skatīja kā ideālu dzīvi un zināja kā eksistējošu kaut kur citur, uzskata

³⁶ Amerikāņu antropoloģe Janīna Vedela (*Janine Wedel*) septiņus gadus (1977–1984) pavadīja Polijā, izstrādājot analītisku pētījumu par Polijas sabiedrību. Vedelas novērojumi un vērtējumi apkopoti grāmatā “Privātā Polija” (“*The Private Poland*”), kas publicēta 1986. gadā.

³⁷ Huberts Gabrišs (*Hubert Gabrisch*), Halles Ekonomikas pētniecības institūta zinātnieks, 1987. gada recenzijā par J. Vedelas pētījumu uzsver, ka autore secinājusi: Polijā nepastāv institucionāla un formāla ne-personiska preču, pakalpojumu un viedokļu apmaiņa, kā tas notiek attīstītās Rietumu valstīs; sk. <http://janinewedel.info/polandreviewOstWir.html> (skatīts 23.07.2013.).

Fehērvāri. Kamēr izpratne “tas nav normāli” joprojām turpina sociālisma diskursu saistībā ar ikdienas dzīvi, var runāt par vilšanos sistēmu maiņā, kas gaidītajā *normalitātē* tomēr neieveda, secina Fehērvāri.

Normalitātes sadursme ar joprojām eksistējošo *ne-normālo* postsociālisma vidi uzskatāmi parādās piepilsētu postsociālisma būvniecībā, kas radījusi asu kontrastu starp iepriekšējo gadu apbūvi vēsturiskajos ciematos un jauno privātmāju teritorijām. Daudzviet jauno privātmāju puduri iebūvēti nevis vēsturiski veidotos ciemos, bet gan zemes transformācijas rezultātā mainītās teritorijās (bijušajās lauksaimniecības un mežu zemēs), radot nesaistītu vides un telpas pieredzi – *heterotopia*. Mišels Fuko novēroja, ka heterotopijas rodas kā rezultāts mēģinājumam radīt vietu, kas ir pilnīgā kontrastā ar apkārtējo vidi (Foucault 1967). Šajā gadījumā – moderna savrupmāja nesakārtotā vidē. Tie ir tipiski mēģinājumi radīt *normalitātes* heterotopijas *ne-normālā* lokālā pasaulē, vēl pievienojot augstās tehnoloģijas un postmodernu interjeru. Šāds process nav ilūzija, bet gan kompensācija. Tādējādi postsociālisma valstu vidusšķira iekļaujas iedomātā pasaulē un dzīvesstilā it kā aiz savas valsts robežām. Piemēram, Ungārijā privāto māju interjers, kā apraksta Fehērvāri, ilgi tika idealizēts kā iespējama heterotopiska vide, akcentējot neparastu kvalitāti atšķirībā no mazākas intereses par sociālo statusu un izrādīšanos, un tas notika vietās, kur *normāla* dzīve tika izolēta no mazāk *normālas* apkārtējās pasaules. Savukārt igauņi, uzskata Sigrīda Rauzinga (Rausing 1998), paātrināti noskaņoja savu sociālo identitāti *rietumnieciski* saistībā ar jaunpieejamām Rietumu patēriņa precēm – no džinsiem līdz mazgāšanas līdzekļiem.

Savdabīga iezīme pagājušā gadsimta 70.–80. gados bija Rietumu patēriņa un inovatīvo preču noliegums, ko bieži pauda sociālisma valstu iedzīvotāji, lai gan atsevišķos gadījumos noliegumu veicināja nezināšana. Tomēr pārsvarā šāda attieksme asociējās ar negatīvu attieksmi pret amerikāņu kultūru, ko sociālisma ideoloģija uzsvēra kā bezrūpīgas un tukšas dzīves nodrošinātāju. Piemēram, Ungārijā modernās vannas istabas bagāto laucinieku māju iekštelpās vēl 20. gadsimta 80. gados kalpoja, lai paleptos ciemiņiem, bet ģimenes locekļi bieži vien turpināja lietot āra tualetes. Pēc 1989. gada vannas istabu jautājums *normalizējās*, un iedzīvotāji sāka lietot arī iekštelpās esošās labiercības (Fehērvāry 2002: 378). Rietumu patēriņa preces pārstāja būt pārsteiguma un sajūsmas objekts tikai tad, kad nebija šķēršļu tās iegādāties. Pamazām parādījās *citāds* postpadomju pilsoņu izturēšanās veids – nevērība pret Rietumu patēriņa precēm, turklāt pilsoņu identitāti vairs neraksturoja tikai iepriekš pazīstamās izpratnes

eiropieisks un *antikomunistisks*, bet gan indivīdus sāka identificēt kā veiksmīgus kapitālistiskās ekonomikas dalībniekus (Rausing 1998: 208).

Pamazām postsociālisma urbānajā vidē parādījās *normalitātes* simboli – mazas kafejnīcas, ielu bruģis, kas nomainīja asfaltu, tika rīkoti amerikāņu auto festivāli, veidojās mazā biznesa inkubatori, tika pārveidoti piepilsētas ciematu un mazo pilsētu pelēcīgie centri. Mediji iedzīvotājus baroja ar tēliem, kas aprakstīja dažādus iedomātus vidusšķiras esamības etalonus, tās kultūru vai manieres, aicināja ļauties lielāka mēroga patēriņam – iegādāties modernus apartamentus, piepilsētas villas, antīkas un mūsdienu dizaina mēbeles, uzsverot piepilsētas privātmājas jaukumus. Jaunās piepilsētas mājas ideoloģiskā vara kā Rietumu ģimenes dzīves modeļa idealizācija radusies vairāk no tās simboliskā pretstata – sociālisma valsts veidotās vides (Fehérváry 2011: 28). Lai iegūtu dzīvokli padomju valstī, bija jāgaida gadiem, turklāt lielai daļai iedzīvotāju pat nebija cerību tikt pie atsevišķa dzīvokļa. Arī t.s. ģimenes māja bija grūti īstenojama iecere. Pat tad, ja izdevās celtniecību uzsākt, tā parasti ilga gadiem. Būvniecības materiālu ieguve bija nebeidzams izaicinājums, un būvniecības procesā iesaistījās visa ģimene un draugi. Mājas būvēšanas laikā visai populāras bija tuvinieku un draugu talkas.

Tomēr arī sociālismā turīgākie valsts uzņēmumi un kolhozi cēla un piešķīra vai ļāva iegādāties ģimenēm standarta vienģimenes mājas. Latvijā pēc šādu māju ražošanas vietas tās ieguva nosaukumu *Līvānu mājas* vai *līvānietes*. Padomju sistēmā priekšroka tika dota kvantitātei, nevis kvalitātei, galvenais – lai visiem pietiktu. Rietumos patēriņa preces tika radītas, lai atvieglotu dzīvi, paredzot arī brīvā laika pavadīšanu un baudu. Strukturāli līdzvērtīgi heterotopiskai telpai postsociālismā, uzsver Fehérvári, sociālisma apstākļos daudzas Rietumu lietas ne tikai atspoguļoja labāku ražošanas sistēmu, bet šķīta, ka tās apliecina cilvēku cieņu, un tādējādi higiēna izvirzījās modernā dzīvesveida priekšplānā. Kontekstā ar vispārzināmo sociālisma valstu slikto sabiedrisko tualešu stāvokli vēl visai savdabīgs „cilvēku spīdzināšanas” veids bija ūdens apgādes problēmas, piemēram, Rīgas namu augšējo stāvu dzīvokļos ūdens krānos regulāri parādījās tikai ap pusnakti.

Postsociālismā *pilnvērtīga dzīve* bieži tiek saprasta caur pagātnē sakņotām gaidām un par *dzīvei piemērotu māju* tiek uzskatīta atsevišķa ģimenes māja vai plašs jaunā projekta dzīvoklis. Šādas gaidas veido ilgstoši piedzīvotās *nenormālības* sociālisma valsts birokrātijā, sociālajā sfērā un ikdienas dzīvē un tās pastiprina cilvēku vēlmi koncentrēt laiku un enerģiju *normalitātes* sfēras radīšanai pašu kontrolētā vidē – privātajā mājas dzīvē, turklāt to norobežojot no publiskās vides (Fehérváry 2002: 382).

Pārmaiņas būvmateriālu produkcijā, ko sekmēja sociālisma sabrukums, radīja sociālu bezdibeni starp māju īpašniekiem, kuri sociālisma apstākļos bija māju cēlušī pašu spēkiem, un tiem, kas postsociālismā izmantoja jauno būvfirmu pakalpojumus. Arī pašbūvēšanu nomainīja mājas būvēšanas prakse, kurā mazāk situētie jauno māju kārotāji paļāvās uz dažiem iespējami zemu atalgojamiem strādniekiem (bieži vien neprofesionāliem) un nedaudziem sertificētiem profesionāļiem nozīmīgāko darbu veikšanai, jo mūrnieku, elektriķu, santehniķu darba samaksa ievērojami palielinājās, bet draugu palīdzēšanas iespējas mazinājās. Saistībā ar viduslāņa veidošanos dažādās postsociālisma valstīs materiālās prasības, kas apliecinātu piederību vietējai vidusšķīrai, ir izrietējušas no tādiem patērēšanas priekšstatiem un patēriņa precēm, kas spēj raksturot vidusšķīras respektabilitāti.

Kopumā piepilsētas jaunās mājas atšķiras no iepriekšējo paaudžu mājokļiem gan estētiski, gan sociālo funkciju īstenošanas ziņā (Fehérváry 2011), bet tās nelīdzinās arī Rietumu piepilsētu savrupmāju komercializētajai būtībai. Jaunās piepilsētas mājas atšķiras gan no zemnieku mājām, gan no tām iepriekšējās paaudzēs celtajām mājiņām pilsētu nomalēs un piepilsētās, kuru saimnieki kopa dārzus pārtikai un garāžas izmantoja dažādām funkcijām. Piemēram, Pierīgā joprojām redzamas sētas, kurās krājas padomju laika sadzīves un autotehnika, slejas pussabrukušī malkas šķūnīši. Vietām blakus jaunajām apbūves teritorijām atrodas t.s. dārziņu rajoni, uz kuriem nedēļas nogalēs no pilsētas brauc vecākās paaudzes iedzīvotāji, lai koptu savas dobes. Jaunā piepilsētas māja ar slēgtu dārzu un āra nojumēm uzņēmas arī tās vērtības, ko padomju sistēmā bija iemiesojusi vasarnīca, kas deva iespēju daļai padomju pilsētu iedzīvotāju atrasties dabā un atvaļinājumos aizbēgt no pilsētas piesārņojuma un tempa.

Pretstatā masveidā ražotiem materiāliem, kam priekšroku deva sociālistiskajā valstī, šodien mājas būvē vairāk izmanto dabiskus materiālus, piemēram, koku, akmens plāksnes, niedru jumta klājumu. Šādā veidā ģimenes māju būvmateriālu estētika veicina neoliberālās ideoloģijas pieņemšanu – arī tad, ja ieteicamāk būtu bijis ievērot taupību, jo piepilsētas ģimenes ekonomiskās krīzes gados piemeklē gan bezdarbs, gan straujš ienākumu kritums. Komfortabls dzīvesveids bieži asociējas ar korupciju, nelegālu uzņēmējdarbību un pārmetumiem par tiekšanos uz augstāku sociālo šķīru. Postmodernajā postsociālisma piepilsētā kaimiņos mazizglītotiem biznesmeņiem un finanšu avantūristiem dzīvo ārsti, juristi, dažāda līmeņa politiķi un vienkārši centīgas ģimenes, kuras visiem spēkiem cenšas sabalansēt savu budžetu.

3.2. Sociālās stratifikācijas konteksts

Visā postsociālistiskajā Eiropā uzņēmējdarbības vide pamatos ir veidojusies no valsts ražošanas sfēras, kurā *kāds* uzmanīja patērētāju vajadzības un vēlmes. Pēc Otrā pasaules kara Padomju Savienība orientējās galvenokārt uz smagās rūpniecības infrastruktūras attīstību, kā arī transformēja lauku ciematu vidi līdzīgu pilsētu strādnieku dzīvojamo rajonu apbūvei. Tā Pierīgā veidojās slaveni un bagāti kolhozi un kolhozu centri ar daudzdzīvokļu mājām. Šī savdabīgā vecās un jaunas kultūras produktu un patēriņa prakšu mijiedarbība rosina pētniecisku interesi par patēriņam būtiskiem kultūras aspektiem. Kad sociālisma valstis zaudēja savas iespējas un gatavību garantēt pilsoņiem ikdienas dzīvē pirmās nepieciešamības lietas un pakalpojumus, bijušajiem sociālisma sistēmas patērētājiem nācās pieņemt ikdienas dzīves nedrošību un jauno patērēšanas kultūru, ko bija gaidījis viss sociālistisko valstu bloks. Strauji aktualizējās viens no nozīmīgākajiem patēriņa veidiem – personiskās telpas aizsargāšana, jaunradot mājokļus un vietas sajūtu un tādējādi konstruējot savus dzīvesstāstus un nākotni ciešā saistībā ar tradicionālo un moderno, *normālo* un *ne-normālo*, sociālismu un kapitālismu (Patico & Caldwell 2002: 290).

Mājas īpašums un sociālā stratifikācija saistībā ar dzīves telpu un vietu jau krietni sen darbojās kā statusa marķieri, atzīmē Fehērvāri, bet tie arī veido vidusšķiras kultūru. Jorkas Universitātes profesors Maiks Sevidžs, komentējot “Lielo britu šķiru aptauju” (*Great British Class Survey, 2013*), uzsver, ka tradicionāli personas piederību sociālajai šķirai noteica saistībā ar nodarbošanos, bet faktiski tas ir pārāk vienkāršoti. Sociālās šķiras raksturojamas plašāk, jo nozīmīga loma ir visām dimensijām – ekonomiskai, sociālai un kultūras. M. Sevidžs skaidro, ka ekonomiskais kapitāls ietver ienākumus, uzkrājumus, mājīpašumus, sociālais kapitāls ir personas paziņu skaits un to statuss sabiedrībā, bet kultūras kapitālā ietilpst intereses un aktivitātes kultūras jomā.³⁸

³⁸ 2011. gada janvārī notikušajā „Lielajā britu šķiru aptaujā” (*Great British Class Survey*), kas pētīja sociālās šķiras Liebrītiņā, tika iesaistīts 161 tūkstošs cilvēku no dažādiem Liebrītiņas reģioniem. 2013. gada aprīlī pētījuma dati tika publicēti, uzsverot, ka tradicionālais skatījums par strādnieku šķiru, vidējo un augstāko šķiru ir novecojis. Tikai 39% britu šobrīd atbilst stereotipam par vidus un strādnieku šķiru. Kā liecināja pētījuma dati, Liebrītiņas sabiedrībā pastāv septiņas šķiras:

- *elite* – visprivileģētākā šķira Liebrītiņā, pie tās piederšie ir neatkarīgi no pārējām sešām šķirām;
 - *tradicionālā vidusšķira* – otra bagātākā sabiedrības grupa Liebrītiņā, skaitliski lielākā un vissabiedriskākā šķira ar otru augstāko kultūras kapitāla līmeni;
 - *tehniskā vidusšķira* – neliela pārtikušu cilvēku grupa, taču tai piemīt zems sociālais un kultūras kapitāls, tai raksturīga sociālā izolētība un kultūras apātija;
 - *jaunie pārtikušie darba ņēmēji* – jauna sabiedrības šķira, kas ir aktīva sociālajā un kultūras jomā, ar vidēju ekonomiskā kapitāla līmeni;
 - *tradicionālā strādnieku šķira* – tai raksturīgs zems ekonomiskais, sociālais un kultūras kapitāls, taču šī šķira nav uzskatāma par trūcīgu, jo tai pieder salīdzinoši vērtīgi mājīpašumi;
 - *jauno pakalpojumu darbinieki* – jauna pilsētnieku šķira, kurā ietilpst gados jauni cilvēki, salīdzinoši nabadzīgi, bet ar augstu sociālo un kultūras kapitālu;
 - *nestabilais proletariāts* – nabadzīgākā sabiedrības šķira ar zemu sociālo un kultūras kapitālu.
- Informācijas avoti: <http://www.manchester.ac.uk/aboutus/news/archive/list/item/?id=9784&year=2013&month=04>, (skatīts 02.09.2013.); <http://www.bbc.co.uk/science/0/21970879> ievietots 03.04.2013. (skatīts 02.09.2013.).

Poļu sociālantropologs Mihals Buhovskis (Buchowski 2008: 49) uzskata, ka *vidējā šķira* Austrumeiropā ir jēdziens, ko ietekmē teleoloģiskas (mērķtiecīgas) idejas par “transformāciju”, un tam ir ideoloģiska loma, veidojot jaunu liberālo politiku un ideoloģisko iekārtu. Savukārt Fehērvāri, analizējot postsociālisma iezīmes Ungārijā, uzsver, ka daži ungāru politiķi, runājot par šķiru, kas skaidri formulēja jaunā leģitimitātē ekonomisko nevienlīdzību tirgus demokrātijā, domāja vēsturiskās buržuāzijas augšāmcelšanos. Tomēr jaunajā politiskajā iekārtā viss koncentrējās ap lielu, sociālistiskā laikmeta vidusslāni, tāpēc arī, kā novēro Fehērvāri, Ungārijā termins *vidusšķira* (*middle class*) bieži tiek aizstāts ar terminu *vidējais slānis* (*middle stratum*) vai *buržuāziska pilsonība* (*bourgeois citizenry*), lai gan šo trīs terminu nozīmes ir atšķirīgas (Fehérváry 2011: 24). 20. gadsimta 60. gados ungāru sociologi kā *vidusslāni* aprakstīja sociālisma sabiedrības vidējo slāni, ko viņi saistīja ar profesiju, ienākumiem un moderno patērētāju dzīvesstilu, bet izvairījās atsaukties uz tradicionālo šķiru hierarhiju un dzimtas statusu. Ungārijā vidusslānis neveidojās no sociālistiskās ražošanas, bet no valsts modernizācijas projektiem, kuros „atpalikušos” iedzīvotājus centās civilizēt par modernu urbānu strādnieku šķiru ne tikai ar kultūru (teātri, klasisko mūziku, literatūru), bet arī ar moderniem dzīvokļiem, patēriņa precēm un jauniem personiskās higiēnas standartiem.

Daudzās sociālisma valstīs tika veicināts lietpratīgs patēriņš, kultivēta laba gaume, veicinot normatīvas “vidusšķiras kultūras”, kā to nodēvējis antropologs, Ilinoisas Universitātes Čikāgā profesors Marks Līhtijs (*Mark Liechty*), attīstību, kurā cienījams stāvoklis saistījās ar moderno patēriņa preču ieguvu un dzīves telpu (Liechty 2003). Patiesībā vidusšķira ir ārkārtīgi sarežģīts fenomens, kā to parāda Līhtijs; to veido neskaitāmas savstarpēji konkurējošas kultūras kapitāla formas, neskaidras un nedrošas attiecības ar kapitālistisko tirgu, sarežģīta simulācijas sistēmas (kura slēpj vidusšķiras ikdienas prakšu privilēģijas), un vidusšķira joprojām dominē kultūras procesos visā pasaulē (Liechty 2003: 10). Vidusšķira tiek pastāvīgi apspriesta kā kultūras telpa, un tā ir telpa ar idejām, vērtībām, precēm, praksēm, kas ietver uzvedību, un tajā iekļaušanas vai izslēgšanas noteikumi tiek bezgala pārbaudīti, apspriesti un apstiprināti. Šādā skatījumā “tas ir process, kas veido šķiru, nevis kāds gatavs rezultāts”, rezumē Līhtijs (Liechty 2003: 15). Tāpēc pie vidusšķiras piederošie dzīvo salīdzinoši nestabilā sociāli ekonomiskajā telpā. Nestabilitāte atspoguļojas pastāvīgi apstrīdētajā, izteikti materiālistiskā un nemierpilnajā vidusšķiras dzīvesveida raksturojumā. Spiesti pārdot savas “prasmes”, “pakalpojumus” un “sasniegumus”, vidusšķiras ļaudis ir tie, kas,

rēķinoties ar konkurenci, veicina un pamato savu pašvērtību, uzsver Līhtijs. Viņš arī uzskata, ka izprast vietējo vidusšķiru pasaules kontekstā ir ne mazāk svarīgi, kā izprast starpvalstu darbaspēka un kapitāla attiecības.

Latvijas postsociālisma vidusšķiras raksturojumu var atrast nedaudzās publikācijās³⁹ un Nacionālās attīstības plānā 2014.–2020. gadam (NAP2020), kuru LR Saeima apstiprinājusi 2012. gada 20. decembrī: “Ar piederību vidusšķirai tiek saprasta drošības sajūta, ko rada ienākumu plaisas samazināšanās un ienākumu pietiekamība” (NAP2020: 33). NAP arī paredzēts, ka, gādājot par cilvēku drošumspēju, jānostiprina vidusšķira, tad paaugstinās ienākumi un pirktpēja, kā arī samazinās nevienlīdzība starp mājsaimniecībām, kas daudziem iedzīvotājiem paplašina iespējas gādāt par savu un tuvinieku veselību, izglītību un iespējām pilnvērtīgi piedalīties kultūras, sabiedriskajā un politiskajā dzīvē (NAP2020: 33). Jau detalizētāk vidusslāņa situāciju postsociālisma Latvijā apskata dokuments “Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030.gadam” (Latvija2030). Tajā uzsverts, ka “tikai stabila vidusslāņa veidošanās, paplašinot ekonomiski aktīvo iedzīvotāju loku un attīstot uzņēmējspēju, radīs labākas nākotnes izredzes un augstāku dzīves kvalitāti cilvēkiem un valstij kopumā. Savukārt vidusslāņa veidošanās pamatā ir izglītība un profesionālā kvalifikācija, kas ļauj pilnvērtīgi izmantot cilvēkkapitālu” (Latvija2030: 24–25). Stratēģijā Latvija2030 uzsvērts, ka vairākās Centrāleiropas un Austrumeiropas valstīs pēc sociālisma sistēmas sabrukuma, bet it īpaši pēc iestāšanās ES, kreditēšanas apjoma straujā pieauguma, darba tirgus attīstības un patērētāju sabiedrības evolūcijas rezultātā iezīmējās “jauna vidusslāņa” veidošanās tendence. Krīzes apstākļos tieši šis sabiedrības slānis ir ļoti nopietni cietis, tā apdraudot lielākas sociāli ekonomiskās vienlīdzības nostiprināšanos.

Kā secina Fehērvāri, joprojām nav īstas vienošanās par personu tipu, kas var veidot jauno vidusšķiru⁴⁰, bet tēli ar materiāliem slazdiem pārpludina medijus. Tie ir TV

³⁹ Pēc Oļģerta Krastiņa (Krastiņš 2011a) domām mūsdienās piederību vidusšķirai vairs nenosaka profesija, jo “daudzi ārsti un pat profesori paši mazgā savu dzīvokļu grīdas un tualetu podus”. Mūsdienās pie vidusšķiras jeb vidusslāņa varētu pieskaitīt personas, kuras saņem pietiekami lielus, bet ne milzīgus regulārus ienākumus, kā zemāko robežu Krastiņš min 500–800 latus mēnesī, bet augstāko – 1000–2000 latus mēnesī. Raksturīga pazīme piederībai pie vidusšķiras – “nav jābaidās, ka nespēs samaksāt rēķinus, ārstēties, skolot bērnus, palikt bez darba vai mājokļa”, rezumē Krastiņš, un nonāk pie secinājuma, ka kopā ar parastu sabiedrības noslāņošanās Latvijā notiek koncentrēšanās nabadzībā un minimālās algas apgabalā, ko līdzsvaro polarizēšanās bagātībā, bet abi šie procesi samazina vidusšķiru (Krastiņš 2011b). Tas, pēc daudzu uzskatiem, ir drauds sabiedrībai. Tādējādi pēc Krastiņa domām, piederību vidusšķirai nosaka vidēji augsti regulāri ienākumi, un tādā gadījumā Latvijas vidusšķirai būtu pieskaitāmi visi strādājošie iedzīvotāji ar ienākumu līmeni no 500 līdz 2000 latu (700–2800 eiro) mēnesī.

⁴⁰ Emocionālu viedokli par vidusšķiras esamību pauž publicists Andrejs Panteļejevs: “.. Mūsu vidusšķira ir kā neaizsargāts bērniņš krustcelēs, kas regulāri, pie kārtējās tādas vai citas krīzes (banku krīzes Latvijā ir tas iecienītākais sporta veids) paput. Bet stabila vidusšķira ir ne tikai ekonomiska lieta, bet arī stabilas un veselīgas politiskās sistēmas mugurkauls. Protams, ja tāda vidusšķira vispār ir un ir kā pastāvīga pietura, nevis kā nedroša un īslaicīga uzturēšanās vieta starp bagātību un nabadzību” (Panteļejevs 2012).

raidījumi par māju remontu un iekārtošanu, izmantojot jaunākās būvmateriālu un dizaina iespējas, raidījumi par ēdiena gatavošanu, kuros darbošanās notiek modernā virtuvē, kas rāda *normālus* dzīves apstākļus. Tie aicina cienīt sevi un savu vidi. Tiek rādīts arī, kā var pārveidot vecus, nolietotus dzīvokļus un padomju laika mazos dzīvokļiņus, liekot lietā jaunākās būvniecības iespējas un tādējādi veicinot *sapņus* par savrupmāju – lielāko vidusšķiras ģimenes patēriņu.

3.3. Ētikas un emocionālais aspekts

Naudas tērēšana atpūtai, vaļaspriekiem un izklaidēm, kultūras aktivitātēm, ieguldījumi īpašumos – šie izdevumi saistībā ar atšķirīgiem patēriņa modeļiem var skaidrot gan indivīdu iesaistīšanos praksēs, gan prakšu apjomu. Ikviena sociālā prakse, tostarp arī patēriņa prakses, ietver noteiktu praksei specifisku emocionalitāti, un, pēc Vitgenšteina uzskata, tā ir viena no dimensijām – teleoemocionalitāte⁴¹ (emocionāla un loģiska mērķtiecība) –, kas kopā ar praktiskuma izpratni un noteikumiem organizē un regulē praksi. Turpinot 1. nodaļas diskusiju par postmodernisma un patērētāju kultūras attiecībām un 2.nodaļas diskusiju par sociālās prakses pētniecības teorētiskajām pieejām, šajā apakšnodaļā ietverts skatījums uz romantisma ētikas ietekmētu moderno patērēšanu, kas jau tiešāk ļauj izprast teleoemocionalitātes lomu patēriņa praksēs.

Zinātniskajās diskusijās bieži ticis iesaistīts Jorkas Universitātes socioloģijas profesora Kolina Kempbela 1987. gada darbs “Romantisma ētika un modernā patēriņieciskuma gars” (“*The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*”), kurā patēriņš uzsvērts kā radoša un hedoniska⁴² aktivitāte, kur galvenā loma ir iztēlei un emocijām. Pēdējos trīsdesmit gados savstarpēji sacenšas teorijas, kas pēta ar ķermeni saistītu patēriņu (Featherstone 1982), bet vienlaikus veidojās Burdjē *habitus* teorija, kas saistīta ar gaumes un sociāli nostiprināta patēriņa vērtējumu. Vienlaikus Kempbels atšķirīgā pieejā, atsaucoties uz Vēbera klasisko teoriju par protestantisma ētiku, kas veicinājusi kapitālisma garu (Vēbers 2004), identificē un apraksta ētiku, kas joprojām turpina vadīt patēriņu, secina Šarona Bodena un Simons Viljamss. Kempbelam svarīgs ir arguments, ka uzticēšanās romantisma principiem sekmē pāreju no tradicionālā uz moderno, kas savukārt veido patērētāju kultūras pamatu (Boden & Williams 2002: 494).

⁴¹ Par *teleoemocionālas struktūras* (mērķa – plāna – darbību kombinācija) redzējumu prakses teorijā sk. promocijas darba 2. nodaļā.

⁴² Hedonisms – ētikas teorija, kas par cilvēka rīcības vienīgo motīvu, mērķi un tikumības kritēriju atzīst baudu; sk. *Ilustrētā svešvārdu vārdnīca*. Rīga: Avots, 2005.

Kempbels pievēršas arī tradicionālajam hedonismam, kas balstās konceptā par vajadzībām un apmierinājumu, ko gūst no patīkamām sajūtām saskarsmē ar sabiedrību un kultūru. Kempbels par tradicionālām hedonistiskām aktivitātēm uzskata ēšanu, dzeršanu, dzimumsakarus, socializēšanos, dziedāšanu, dejošanu, spēles. Tradicionālais hedonisms, kurā dzīšanās pēc prieka, baudas, vēlmu piepildījuma, ir ētiska principa lieta, tiek aizstāts ar priekiem par iecerētām vai iedomātām emocijām, un tas ir modernais, pašiluzorais hedonisms, kurā indivīds ir vairāk iedomu mākslinieks, kas paņem tēlus no atmiņās esošas vai aktuāli eksistējošas vides un sakārto vai pilnveido tā, lai iedomātais būtu patīkams. Modernie tēli tiek iestrādāti unikālos patēriņa produktos, kuru eksistences galvenais princips ir prieks. Un te mūsdienu hedonists ir sapņu radītājs, un viņam, kā modernam cilvēkam, piemīt īpašas mentālas iemaņas, kam ir pa spēkam šos sapņus radīt (Campbell 1987: 78).

*Vēlmu*⁴³ (*desire*) un arī vilšanās iesaiste tirgus ekonomikā ir milzīga, paredzot patērētāju fantāziju īstenojumu materiālā vidē, jo mūsdienu hedonists ir nerimstošs prasībās pēc oriģinālām un jaunām patēriņa precēm. Šāds patērēšanas aspekts indivīdiem sniedz apmierinājumu par iespēju nepārtraukti iegādāties vai fantazēt par patēriņa simboliem, vai arī, otrādi, noliegt tos kā seklus, neīstus un materiālistiskus. Tādā veidā patērētāju naratīvos par patēriņu parādās stratēģijas, ko var saprast, kā "hedonisma etiķeti", – tā Vudvords (Woodward 2003). Vienlaikus hedoniskas *vēlmes* varētu uzskatīt arī par patērēšanas praksi virzošu enerģiju, ko vada patērēšanu analizējošs diskurss, kas novērtē labu gaumi un komfortablu, brīvu vai sabalansētu dzīvesstilu. Modernā patēriņa bauda manipulē un regulē emocijas un *vēlmes*, bet *sapņiem* vai iedomām par jaunām precēm ir lielāka nozīme nekā aktuālajai patērēšanai – gribēšana ir lielāks prieka avots nekā iegūšana (Campbell 1987: 86). Ja patērnieciskums tiek identificēts kā nopietna sociāla, ekonomiska vai vides problēma, tad kāpēc patērēšana ir tik pievilcīga kā dzīvesstils, kas tiek realizēts ikdienas praksēs?

Kaut arī romantisma ētika ir apliecinājusi lielu ietekmi uz patēriņa pētniecību (Boden & Williams 2002: 496), tomēr Kempbela uzsvērti garīgā un tēlainā pieeja pētniecībai ir mazliet problemātiska, jo socioloģiskas izpratnes pamats vispirms meklējams sociālajā dzīvē, palīdzot fantāziju ierobežot un no jauna saskatot "cilvēkā

⁴³ *Vēlme* (*desire*) – sarunu valodas vārda nozīmē *vēlme* attiecas uz spēcīgām ilgām pēc kaut kā, ko indivīds intensīvi ilgojas, vai uz procesu, kurā dedzīgi vēlas kaut ko. Patēriņš aizvien vairāk tiek saprasts, balstoties uz *vēlmēm*, nevis saistībā ar vajadzībām (Baudrillard 1988). *Vēlmes* mainās, bezgalīga *vēlmu* atjaunošana tiek uzturēta ar iztēli, fantāziju un ar ilgām pēc transcendentas baudas. *Vēlmes* iesaista spēcīgas emocijas un dedzīgas kaislības. "Patērētāju vēlmes, pat vairāk nekā seksuālās vēlmes, ir radījušas revolūcijas, karus un noziegumus" (Belk et al. 1996: 369).

prātu”, “sabiedrībā cilvēku” un “cilvēkā sabiedrību”, kā to precīzi formulējis Artūrs Frenks (Frank 1991). Rietumu uzskatā emocijas ir haoss vai “neskaidrības kaitīgā ietekme” (Bauman 1992) un tas „padzen” cilvēka saprātu. Tomēr tik striktam opozicionāram uzskatam nopietnu atbalstu teorētiskajā vidē ir grūti atrast, – atzīst Bodena un Viljamss (Boden & Williams 2002: 497). Emocijas kļūst par lietu, kas tiek vadīta, manipulēta vai ražota – ražotājiem tās jāiestrādā precēs saskaņā ar postmodernitātes imperatīviem vai tirgus prasībām (Boden & Williams 2002: 498). Attiecības starp saprātu un emocijām patēriņā nav vienkārši opozicionāras vai saspringtas, bet veidojas un attīstās vairāk vai mazāk harmoniski. Kempbela romantiskajā ētikā iekļaujas arī neliels aprēķins, turpretī cikls “vēlme – ieguvums – lietošana – ilūziju zudums – atjaunota vēlme”, kā apgalvo Bodena un Viljamss, uzsver gan ilūziju zuduma iespēju, gan iespējamu patēriņa vēlmju atjaunošanos. Vilšanās patiešām ir svarīga, pat raksturīga patēriņa iezīme, jo patērētāja mēģinājums realizēt savas fantāzijas vai vēlmes caur patēriņa priekšmetiem ir vairāk vai mazāk nolemts neveiksmei. Protams, vilšanās pati par sevi var veicināt nedaudz reālistiskāku novērtējumu, iespējams, pat veselīgu skepticismu par patēriņa pieredzi, tādējādi mazinot plaisu starp fantāziju un realitāti, līdzsvarojot ciklu “vēlme – ieguvums – lietošana – ilūziju zudums – atjaunota vēlme”. Un, ja netiek no jauna patērēts, tad paliek vismaz iluzora ticība, ka mūsu vēlmes var tikt realizētas patēriņā. Pēc Kempbela domām, pati aktivitāte, nevis tikai vēlmes, ir patiesais patēriņa realizēšanas modelis, kas sasaucas ar Rekvica uzskatiem, ka prakse ietver gan fiziskas un garīgas darbības, gan emocijas un motivāciju. Iepazīstoties ar Kempbela priekšstatiem par patēriņa romantiskās dimensijas akcentēšanu, var secināt, ka patērētāji var aizstāvēt savu autonomiju, priekšstatot sevi kā galvenos varoņus, un tādējādi veidojot pamatu ticībai, ka ikviens patērētājs var uzņemties atbildību par paša unikalitāti caur patēriņu – un tā ir atbilde uz jautājumu: kāpēc patērēšana ir tik pievilcīga kā dzīvesstils? Šī atziņa ļauj izprast arī postmodernās patērētāju kultūras ideoloģiju.

Analizējot Kempbela uzskatus, jāatzīst, ka viņa romantikas ētika ir sociāli un kulturāli lokalizēta un nevar uzrunāt universāli mūsdienīgi. Romantiskais *habitus* ir saredzams vien īpašā šķiras grupā (Boden & Williams 2002), jo romantismam ir tikai romantiska pieredze. Romantisms ir specifiska Eiropas kustība, bet tā tiek dažādi interpretēta, un dzimumu vienlīdzības terminoloģijā tiek ironiski izcelta patērētāju vēlmju konceptualizēšana no romantisma uz “sievišķīgo” (Boden & Williams 2002: 504). Kempbela teorētiskā pieeja ir veicinājusi pētniecisku interesi par emocijām un to

fizisku izpausmi (*embodiment*). Dažādos pētījumos, kas saistīti ar ķermeņa un emociju izzināšanu, sociologi liecas apliecināt tradicionālo dualitāti “ķermenis – emocijas” un vienlaikus to pārvarēt. Joprojām aktuāls ir jautājums, kā šī dualitāte izpaužas patēriņā un kā to pētīt. Rietumu kultūras un patēriņa studiju apvienojums ir solis virzienā, kurš ietver nebūt ne vienkāršas gara un ķermeņa, tāpat prāta un emociju saistības, kas ir savstarpēji konkurējošas un bieži pretrunīgas perspektīvas (Warde 1996), jo izpaužas vairāk nekonkrēti, nevis tiešā saistībā viena ar otru⁴⁴.

Tomēr Kempbels romantismu ir interpretējis savdabīgi un tādējādi veicinājis romantisma ideoloģijas turpinājumu mūsdienu sociālajās un kultūras aktivitātēs.

3.4. Priekšstats par piederību vietai

Vieta ir spēcīgs jēdziens, un tai ir iespaidīga ietekme. Britu pētniece Dorīna Maseja (*Doreen Massey*), kuras interešu lokā ietilpst sociālās zinātnes un ģeogrāfija, savā klasiskajā 1991. gada publikācijā “Globāla vietas izjūta” (“*A Global Sense of Place*”) secina, ka mūsdienās lokālais ir vairāk globāls nekā lokāls (Massey 1991), savukārt Tims Kresvels (*Tim Cresswell*), cilvēka ģeogrāfijas pētnieks, vēstures profesors Ziemeļaustrumu Universitātē Bostonā un arī dzejnieks, atzīst, ka vieta ir vairāk maršruts nekā saknes (Cresswell 2004).

Personas un kolektīvā individualitāte tiek konstruēta, vai nu vietēji vadot zemes izmantošanas lēmumus vai atdodot lēmumu pieņemšanu kapitālistiskajai attīstībai. Ja vides veidošanu pakļauj kāda interesēm, tad tā saistās ar varu vai privilēģijām (Alkon & Traugot 2006: 1–3). Vietas aprises indivīdi un kopienas veido caur valodu. Atlasot un iesaistot detaļas, rodas stāsti par mājvietām, un tie rāda, kā vietas attīstās. Vietas piederības izjūta var rasties dažādos veidos. A. Alkons un M. Trogo iezīmē divus vietas konstruēšanas veidus. Pirmkārt, viņi salīdzina, kā aktori precizē vietas būtību, kādu viņi

⁴⁴ Patērētāju kultūras ideoloģiju spēcina prominentu un bagātu cilvēku veiksmes stāstu saistīšana ar piederību garīgām un reliģiskām organizācijām vai grupām. Latvijā pazīstamais kabalas skolotājs Jehūda Bergs interneta blogā raksta: “Mūsu ķermenis ir ierobežots, bet mūsu dvēsele nepazīst ierobežojumus. Mūsu ķermenis vēlas saņemt, bet dvēseles vēlme (un tā ir mūsu patiesā vēlme) ir dalīties”, sk.: <http://www.kabala.lv/blogu-jaunumi/> (skatīts 21.04.2012.).

Kabalas mācībai ir pievērsušās daudzas pasaulē populāras un ļoti bagātas personas, piemēram, Madonna, Perisa Hiltone, Demija Mūra, Eštons Kačers, Bekhemu pāris, Britnija Spīrsa, Keira Naitlija, Filips Kirkorovs, Ksenija Sobčaka u.c. Vai tā nav pretruna – pievērsties pasaulē senākajai garīgajai mācībai un vienlaikus tērēt miljonus uzkrītošu bagātību demonstrējošam dzīvesveidam? Nē, te nav pretrunas, apliecina Bergs intervijā žurnālam “Lilit”, – viņš uzskata, ka naudas un slavas iegūšanā nav nekā apkaunojoša, jo nav jākaunas, ja cilvēkam kaut kā ir daudz, bet kauns ir tajā nedalīties. Daļa cilvēku neprātīgi apskauž citu labklājību un nosoda tiekšanos pēc tās, bet kabalas mācība ļauj baudīt dzīves labumus un gūt prieku no tā, ka dalies savā labklājībā (Zaiceva 2013: 37).

grib vai negrib to radīt, vai arī, kā tie balstās uz stāstījumiem, kuri apraksta citas vietas, un tad šo stāstu detaļas piemēro pašu videi. Atšķirīgas vietas šādi tiek konstruētas kā līdzīgas un var notikt novirzīšanās no kopienas vai vides mērķiem (Alkon & Traugot 2006: 2). Otrkārt, vietu veidošana ir sociāls process, un tas notiek, ja lokāli sabiedriski apspriež, kur iekārtot skolu vai pieļaut dzīvokļu celtniecību.

Britu pētnieki samērā aktīvi diskutē par jēdzienu, kas raksturo modernās Rietumu sabiedrības attieksmi pret dzīvesvietu, proti, par “izvēles piederību” (*elective belonging*). Jaunajā konceptā vietas izjūta tiek konstruēta nevis saistībā ar ilgstošu dzīvošanu vienā vietā vai iekšēju sabiedrības viendabību, bet gan saistībā ar sociālo attiecību tīklu, kas veidojas lokāli, bet izplatās globāli (Massey 2005: 141). Šī vietas piederības izjūta ir svarīga vidusšķirai, tā ir cieši saistīta ar ģimeni un bērniem, sevišķi ar izglītības ieguves iespējām, kas ir izšķirošs iemesls dzīvesvietas izvēlei kādā konkrētā Rietumu urbānā apkaimē. Turklāt pētniecībā tiek argumentēts, ka dzīvesvieta nav sociālo attiecību ierobežots rezervāts, bet gan virkne atšķirīgu sociālo procesu saskaņošanas vieta, darbojoties atšķirīgiem saskaņošanas līmeņiem atšķirīgos laika periodos (McDowell et al. 2006).

Maiks Sevidžs un vairāki citi zinātnieki 2005. gada pētījumā par Mančestras piepilsētām ir pierādījuši, ka vecos priekšstatus par kopienu vai piederību vietai vismaz saistībā ar vidusšķiru vajadzētu aizstāt ar jēdzienu “izvēles piederība”, jo vidusšķirai piederīgie meklē dzīvesvietu vai kaimiņattiecības ar sev līdzīgiem, un galvenais izvēles kritērijs ir drošs dzīvesveids. Minētajā pētījumā uzsvērtā pieaugoša dzīvesvietas nozīme saistībā ar cilvēka pašizjūtu, bet urbānās apkaimes un piepilsētas aizvien vairāk veidojas par vietām jaunām solidaritātes iespējām starp cilvēkiem, kuri izvēlas dzīvot šajās konkrētajās vietās (Savage 2005: 53). Piederību jaunajai urbānajai vidusšķirai britu pētnieki definējuši ne kā saistītu ar dzimtas mājvietu, bet gan ar dzīvesvietas izvēli saskaņā ar *dzīvesstāstu* un, iespējams, ar ģimenes ienākumiem, tādēļ pati par sevi piederības izjūta dzīvesvietai kļūst mazāk svarīga (McDowell et al. 2006). Atšķirībā no Maika Sevidža, kurš pētījumā secinājis, ka britu vidusšķiras dzīvesvietas izvēlei un piederības izjūtai pamatā ir galvenokārt finansiāli apsvērumi, Londonas Goldsmita universitātes koledžas profesore Beverlija Skegsa (*Beverley Skeggs*) pārstāv uzskatu, ka šķiru formēšanās vēl aizvien ir svarīga, lai gan daļēji šo formēšanos rada arī dzīvesvieta (Skeggs 2004). Balstīšanās tikai uz “izvēles piederību” vai tikai uz vēsturiskām saitēm, tāpat kā cerības uz ilgstoši nemainīgu dzīvesvietu jaunajai urbānajai britu vidusšķirai,

kuras senči pagājušā gadsimta 20.–30. gados pārliecinoši veidoja idealizētu ģimenes dzīvi Londonas piepilsētās, kļūst problemātiska.

Dzīvesvieta nozīmīgi ietekmē cilvēka paškategorizāciju, proti, cilvēka izpratni par to, kas viņš ir. G. Burgmanis un J. Šķilters rakstā „Identitāte, paškategorizācija un vide: Latvija 2010” nosauc četras, viņuprāt, svarīgākās paškategorizācijas komponentes (Burgmanis & Šķilters: 18–19): 1) subjektīvi nozīmīgi cilvēki (piemēram, ģimenes locekļi), 2) konkrēta mājvieta (dzīvoklis, māja – vieta, ko cilvēks novērtē kā “savas mājas”), 3) reāla vieta, kas sastatāma ar karti, un 4) Latvija (konkrētajā publikācijā, bet plašāk raugoties – jebkurš valstisks veidojums) šā vārda plašākā nozīmē. Abi pētnieki uzskata: lai skaidrotu dzīvesvietas ietekmi uz paškategorizācijas procesiem, ir jāņem vērā arī dzīvesvietas reģiona sociālekonomiskais attīstības līmenis un reģionā noritošie pārmaiņu procesi.

Savā pētījumā „Identitāte, paškategorizācija un vide: Latvija 2010” Burgmanis un Šķilters iekļāvuši arī Pierīgu un secina, ka Pierīgas iedzīvotājiem vēl nav izveidojusies saikne ar apkārtējo vidi, un tas atspoguļojas viņu grūtībās identificēt „savas mājas”. Tāpat Pierīgas gadījumā pētniecībā ir grūtāk izmantot tādu kategoriju kā “reāla vieta”, jo *Pierīgas reģiona koncepts* ir salīdzinoši jauns, turklāt ģeogrāfiski tas ir ļoti izplūdis. Līdzīgi arī lielākā daļa jauno ciemu ir veidojušies tikai pēdējās desmitgades laikā, tāpēc „reālas vietas” kategorija reti tiek izmantota paškategorizācijai. Tāpat jāņem vērā fakts, ka Pierīgas mājokļu teritorijas funkcionē galvenokārt kā “guļamrajoni”, kuros to iedzīvotāji ierodas vakarā un agri no rīta dodas atpakaļ uz darbu Rīgā vai citā tuvākajā pilsētā. Tas ir iemesls, kāpēc cilvēkam veidojas tikai virspusēja saikne ar dzīvesvietas apkārtējo vidi. Līdz ar to Pierīgas iedzīvotājiem ir daudz sarežģītāk definēt, kas ir viņu “mājas” (sk. Burgmanis & Šķilters 2011: 27–28).

Promocijas darba pētījumā parādījās vēl viena Pierīgu kā dzīvesvietu raksturojoša iezīme – intervētie Pierīgas jauno privātmāju iemītnieki runā tikai par novadu vai ciemu, kurā dzīvo, jēdziens *piepilsēta* sarunās parasti netiek izmantots. To var skaidrot ar situāciju, ka Pierīgas novadi ir ļoti atšķirīgi gan etniskā ziņā, gan iedzīvotāju skaita, gan iedzīvotāju labklājības līmeņa ziņā. Ir novadi, kuru rūpnieciskajos ciematos padomju laikā koncentrējās no Krievijas, Baltkrievijas un citām savienotajām republikām iebraukušie strādnieki (Olaine, Vangaži, Baloži), bet ir arī novadi, kuros aptuveni 90% iedzīvotāju pieder pie pamatnācijas (Krimulda, Sigulda). Materiāli situētākā jaunā vidusšķira un īpaši bagāti cilvēki iegādājas ekskluzīvus nekustamos īpašumus tuvāk Rīgai, tādējādi Pierīgā veidojās bagātākās pašvaldības

Latvijā (Garkalne, Ādaži, Stopiņi). Iepriekšējos gados Pierīgas pašvaldības savā starpā tieši konkurēja par aktīvāku iedzīvotāju piesaisti.

3.5. Piepilsētas zonas kā prakses vides konteksts

Piepilsētu⁴⁵ attīstība dažādās pasaules valstīs iezīmē visai atšķirīgus modeļus. Piepilsētas pēta visur pasaulē, un pēdējos desmit gados tās pētītas arī dažādās postsociālisma valstīs. Pētnieku interešu sfēras ir dažādas: piepilsētu teritoriju pārveidošanās saistībā ar postsociālisma neoliberālās politikas veicinātu straujo apbūvi un iedzīvotāju migrāciju uz piepilsētu zonām, analizē jaunās sociālo šķiru attiecības mainītajos kopā dzīvošanas modeļos, pēta arī jaunās patēriņa prakses. Vairākus postsociālisma piepilsētu pētījumus akcentējusi Mičiganas Universitātes asociētā profesore, pilsētvides un reģionālās plānošanas sociālo procesu pētniece Sonija Hirta (*Sonia A. Hirt*): tie ir pētījumi par Sofiju (Hirt 2007, 2008; Hirt & Stanilov 2007); pētījumi par Leipcigu (Nuissl & Rink 2005); par Ļubļanu (Buzar 2008); par Maskavu (Rudolph & Brade 2005); par Prāgu (Novak & Sykora 2008); par Budapeštu (Kok & Kovacs 1999); pētījums par Tallinu (Ruoppila 1998); arī pētījumi par Polijas un Čehijas pilsētām.

Promocijas darba autore vērtīgas atziņas guva arī no vairāku citu piepilsētu pētījumu publikācijām: no Fehērvāri pētījuma par Budapeštas piepilsētas attīstību postsociālismā publikācijas (Fehérváry 2011); no Sevidža pētījuma par Londonas piepilsētu un vidusšķiras piederību vietai (Savage 2005); no Minas Petrovičas referāta par Belgradas un citu bijušās Dienvidslāvijas lielo pilsētu piepilsētām (Petrović 2005); no Ouržedničeka un Sikoras (Ouředníček 2003; Ouředníček & Sýkora 2011) zinātniskajām publikācijām par Prāgas un Brno suburbanizāciju; no publikācijām par Tallinas piepilsētas attīstību un etniskajām pārmaiņām (Kährík & Leetmaa 2009; Tammaru et al. 2013).

Lai izprastu piepilsētu, vispirms jāpievēršas mūsdienu postmodernajai pilsētai, kas rada īpašu savas kultūras fenomenu, grūti definējamu un ar atšķirīgu struktūru un funkcionalitāti dažādās valstīs. Pati telpas organizēšana, celtņu izvietojums, norāda patērētāju kultūras un postmodernisma pētnieks Maiks Fezerstouns, ir noteiktu kultūras

⁴⁵ Angļu valodas vārdam *suburb* latviešu valodā ir trīs nozīmes: *piepilsēta*, *priekšpilsēta*, *nomale*. Promocijas darba pētījuma centrā ir “piepilsēta” un “suburbanizācija” (*suburbanization*), proti, process, kura rezultātā paplašinās teritorija ap lielajām pilsētām, veicinot vispārēju urbānu izplešanos.

kodu izpausme. Pilsētās dzīvesstils, ko vēsturiski noteica piederība noteiktai sociālajai šķirai un noteiktām kaimiņattiecībām, mainās uz dzīvesstilu kā aktīvu dzīves stilizāciju⁴⁶, kurā saskaņotības un vienotības vietā ienāk īslaicīgas prakses un ārēji estētiski efekti (Featherstone 2007: 93). Postmodernā māksla fokusējas uz ķermeni, dzīves un mājokļu mākslu, kā arī uz notikumiem. Tādējādi pilsētās noris savstarpēja apmaiņa starp daudziem strāvojumiem: *augstā* stila klātbūtne, dizaina un kultūras iemiesojumi patēriņa precēs, atpūtas un patērēšanas vietas, pilsētas struktūra, plašs mākslas profesionāļu loks, starpniecības un papildus pakalpojumos nodarbinātie un specifiskas apkaimes (vecpilsētas un citas īpašas tematikas vietas). Tāpat pilsētvide piedāvā ikdienas dzīves estetizāciju un masu patērētāju kultūru, kā arī sociālo sfēru ar stilu nozīmības pieaugumu, rezumē Fezerstouns. Savukārt mūsdienu piepilsētu Fezerstouns nodēvējis par tīru postmodernās pilsētas patērētāju kultūras iemiesojumu.

Londonas universitātes koledžas (*London's Global University UCL*) pētījuma "Pielāgojamas piepilsētas" ("*Adaptable Suburbs*") dalībnieki 2009. gada publikācijā "*Vai piepilsētas eksistē? Atklājot radītas piepilsētas sarežģītību un specifiku*" nonākuši pie atziņām, kuras ļauj piepilsētu vidi ieraudzīt no atšķirīga skatupunkta. Publikācijas autori argumentē, ka teorētiski piepilsētas vides galvenā jēga izpaužas iespējā vājināt vēsturiski ģeogrāfisko stāstu par pilsētu un perifēriju nozīmi (Vaughan et al. 2009). Piepilsētas ir daudz pētītas, bet pētījumu priekšmets vienmēr šķiet izplūdis. Dažiem pētniekiem *piepilsēta* ir ģeogrāfiska telpa, arī kultūras forma, bet vēl citiem – noskaņojums.

Piepilsētas radītā vide konceptuāli tuvojas īpašai apdzīvotas vides kategorijai. Kā uzskata Laura Vona (*Laura Vaughan*) un citi nule minētā britu pētījuma dalībnieki, pilnīgāku piepilsētas telpas konceptualizāciju kavē pieņēmumi, kuri sastopami galvenokārt publikācijās, kas saistītas ar vēsturi un ģeogrāfiju (Vaughan et al. 2009). Pirmais pieņēmums – piepilsēta ir vienkārši ģeogrāfisks jēdziens, kurā nav nekā problemātiska. Otrs pieņēmums balstīts piepilsētas kā lineāra urbanizācijas – suburbanizācijas procesa atvasinājuma uztverē un tajā netiek apskatītas piepilsētas kā apdzīvotas vietas tiesības veidot savu vides transformācijas vēsturi. Trešais uzskats – piepilsētas vides daudzslāņu kultūra ir pietiekami normatīvi aprakstīta. Ceturtkārt, piepilsētas sfēra tiek uztverta kā ģeogrāfisks izdomājums, citādības projekts *vinpus* galvenajam sociālās attīstības virzienam (Vaughan et al. 2009).

⁴⁶ Ar stilizāciju šeit tiek saprasta kāda noteikta mākslas (arī arhitektūras) stila ārējo formu atdarināšana.

Liela daļa britu pētnieku definē piepilsētu saskaņā ar teritoriālo plānošanu, sociālekonomiskiem vai kultūras kritērijiem. Vona un līdzautori atsaucas gan uz Deividu Tornsū (Thorns 1972), kurš piepilsētu analizē saistībā ar sociālo šķiru, zemes izmantošanu un vietas attīstību, gan uz Kenetu Gviljamu (Gwilliam 1999), kam svarīgs šķiet dominējošais transporta veids piepilsētā, gan arī uz Leriju Borna (Bourne 1996), kurš visaptveroši identificē desmit atšķirīgas suburbanizācijas perspektīvas, sākot no lauku nostalgijas līdz racionālam būvniecības attīstītāju rezultātam un patērētāju izvēlētam piepilsētas dzīvesveidam.

Salīdzinājumā ar pilsētām piepilsētas, šķiet, biežāk tiek raksturotas kā viendimensionālas. Tāpat Rietumu domāšanai raksturīga ir tradīcija analizēt pilsētu no lauku izpratnes viedokļa, un šādā perspektīvā piepilsēta parādās kā noliegums, kā apdzīvotas vides attīstības negatīva pieredze. Savukārt Ziemeļamerikā priekšstats par piepilsētu var arī nozīmēt atšķirīgas identitātes kopienu un specifisku apgabalu apvienošanu ar vienotu lokālu valdību (Vaughan et al. 2009: 3). Diskutēts ir piepilsētas jēdziens, kas apraksta tradicionālo piepilsētas apmetņu pamatīpašības un definē, ka piepilsēta ir decentralizēta pilsētas daļa, kuru ar pilsētu nesaraucjami saista gan ekonomiskās, gan sociālās saites⁴⁷. Tomēr lielākā daļa mūsdienu piepilsētas pētījumu skaidri noraida mēģinājumu radīt autoritatīvu definīciju. Klasiskajā, 1977. gadā veiktajā urbānajā pētījumā par Londonas piepilsētu Kembervelu (*Camberwell*) Harolds Dž. Dioss (*Harold. J. Dyos*) atzīmējis, ka modernā piepilsēta nepārprotami ir ne tik daudz ģeogrāfiska izpausme kā domāšanas veids vai arī sociālās un ekonomiskās izturēšanās veids (Vaughan et al. 2009: 4).

Lai cik atšķirīgi būtu pētnieku viedokļi par piepilsētu kā savdabīgu dzīves vidi, tomēr nevar noliegt *piepilsētas* saistību ar *pilsētu*, jo tieši pilsētas urbanizācija (rūpniecības un iedzīvotāju koncentrēšanās lielajās pilsētās) radīja piepilsētu zonas.

⁴⁷ Arī Pierīga ir tēlaini aprakstīta. Pirms 40 gadiem dzejnieks Ojārs Vācietis Pierīgu redzēja ļoti romantiski:

Sirds kļūst laimīgi klusa un mierīga
te, kur iesākas kameņu balss,
Rīgas apkārtnē, apkaime, Pierīga,
mīlās pilsētas kaimiņu valsts.

Pārtrūkst pēdējā iela kā dzīslīņa,
baltos pelašķos sienāži san,
tikai mākoņos ēnas vien kļīst
tikai tauriņi ēnas tās gana.

Beidzas viens otram garām vien skriešana,
sākas kautrīgs un pakluss „labdien”.
Labu dienu man vajag patiešām,
un es tev arī vēlu to labo dienu.

Te no Rīgas kā gleznas ir atiets,
un no šejienes vien Rīgu redz –
tevi raugās zilgs, mīlojošs skatiens,
glāstošs, piedodošs, saucošs un dedzinošs.

Deviņvīrspēks tev ir aizskāris pieri,
un tu tālāk ej, šī spēka balstīts,
Rīgas apkārtnē, apkaime, Pierīga,
mīlās pilsētas kaimiņu valsts.

Vācietis O. Pierīga. Grām.: Vācietis O. *Kopotī raksti*,
3. sēj. Rīga: Liesma, 1990, 39. lpp. (no krājuma *Gamma*)

Gidensa teorijā (1999) telpa tiek iesaistīta sociālo struktūru radīšanā, piedaloties informācijas izplatīšanā un ikdienas sociālajās darbībās. Piepilsēta ir atzīta kā ļoti nozīmīga sfēra sieviešu saistībai ar urbāno modernitāti (Giles 2007), un joprojām dominē stereotips “sievišķās sadzīves sfēra”. Sonija Hirta uzskata, ka daudzi pētījumi par suburbanizācijas procesiem Rietumos apliecina, ka šis ir sociālā dzimuma ietekmēts process (Hirt 2008). Kā vīrieši uzsver savu dominanci valsts un biznesa dzīvē, tā sievietes pieņem savu lomu būt par piepilsētas mājas dzīves sargātājām, uzsver Hirta (Hirt 2008). Piepilsēta nostiprina jau agrāk radītos sieviešu ierobežojumus, un jo tālāk sievietes nokļūst no pilsētas, jo lielākus kavēkļus piedalīties sabiedriskajā dzīvē viņas sastop (Hirt 2008: 340). Sievietēm pieeja darbam ir vairāk apgrūtināta, viņu mobilitāte ir vairāk limitēta. Pēc feminisma pētnieku domām, priekšstats par kādas telpas, tostarp piepilsētas telpas, *neitralitāti* attiecībā uz dzimumu un ar to saistītām emocijām, balstās pieņēmumā, ka “sievietes vajadzības” neeksistē. Arī teritoriju attīstībā un plānošanā atbildīgās institūcijas neievēro dzimumu atšķirības (Hirt 2008: 352). Lai izprastu, kā abu dzimumu pārstāvji veic ikdienas dzīves prakses, ir svarīgi ieraudzīt neparasto pazīstamajā, atgādina Mērija Holmsa (Holmes 2009: 32).

Iepriekš šajā sadaļā jau tika ieskicēta postmodernā pilsēta kā īpašas kultūras fenomēns, bet, lai analizētu suburbanizācijas tendences postsociālismā, būtiski ir raksturot *postsociālisma pilsētu* un raksturīgākās pētnieciskās pieejas šā fenomena izziņāšanā. Belgradas Universitātes socioloģijas profesore Mina Petrovica, atsaucoties uz ungāru izcelsmes amerikāņu sociologa Ivana Selēni (Szelényi 1996) viedokli, izdala *ekoloģisko* un *vēsturisko* pieeju (Petrović 2005). Petrovica uzsver, ka *vēsturiskā* pieeja ir jutīgāka pret institūciju specifiku pilsētās un pamatojas uz pieņēmumu, ka sabiedrība ar dažādām sociāli ekonomiskām aktivitātēm rada kvalitatīvi atšķirīgus vides nosacījumus, savukārt *ekoloģiskā* pieeja uzsver industrializāciju kā neatkarīgu mainīgo lielumu urbanizācijas procesā.

Saistībā ar globalizāciju postsociālisma pilsētu attīstības pētniecībā tiek analizēts *urbānā režīma* jēdziens, kas balstās galvenokārt uz regulācijas teoriju (Petrović 2005). Urbānā režīma jēdziens ietver neformālu, bet relatīvi stabilu sadarbību starp valsts varu un privāto *aktoru*. Regulācijas teorija paredz īpaši aktīvas pašvaldības stratēģijas, nodrošinot vietējās uzņēmējdarbības konkurences priekšrocības arvien grūtāk prognozējamā globālajā ekonomikā (Franz 2000). Daudzās postsociālisma valstīs politiskā elite tika pakļauta starptautisko finanšu institūciju spiedienam, lai īstenotu neoliberālas stratēģijas, kas sekmētu visstraujāko atbrīvošanos no sociālisma paliekām

un līdz minimumam ierobežotu valsts lomu tirgus un privātīpašuma attīstībā (Harloe 1996). Pamatā postsociālisma pilsētu pētniecība ir vērsta uz varas struktūrām pilsētās.

Daudzi pētnieki, analizējot kapitāla veidus un to vairošanu postsociālisma pilsētās, īpašu uzmanību pievērš nelegālajām darbībām, kas pārmantotas no sociālisma (Petrović 2005). Nelegāla mājokļu būvniecība un nelikumīga publisko telpu izmantošana tirdzniecībai ir visbiežāk analizētās stratēģijas. Daudzviet vietējā vara, sadarbojoties ar investoriem, zem uzņēmējdarbības izkārtnes veidoja jaunas ieņēmumu shēmas finanšu mobilizācijai (Petrović 2005). Izteikti šis process noritējis piepilsētās.

Ja plašā spektrā salīdzina sociālisma pilsētas un Rietumu pilsētas, tad īpaši uzkrītoša atšķirība bija suburbānas perifērijas neesamība sociālisma valstu pilsētās. Rietumu pilsētām raksturīgo plašo piepilsētas apdzīvoto teritoriju vietā sociālisma pilsētām bija urbāna apkārtnē, ko iezīmēja rūpnīcu torņi un valsts ceļu tipveida daudzdzīvokļu māju apbūve. Aiz šīm teritorijām pletās lauki ar pieticīgiem ciematiem un, kā uzskata Sonija Hirta, kopš 1989. gada zema apdzīvotības blīvuma piepilsētas ir vispārsteidzošākais postsociālisma ieguldījums pilsētās, un tas ir daudz nopietnāks, nekā augsta blīvuma apdzīvotie rajoni pilsētās, kas ir patiesais sociālisma mantojums (Hirt 2007). Jaunos procesus bijušo sociālisma zemju piepilsētu zonās daļa pētnieku iezīmē kā postsociālisma “suburbanizāciju”, uzsverot tā līdzību ar Rietumu pilsētām. Tā varētu būt, kaut gan bieži vien šie autori līdzību balsta tikai uz datiem par piepilsētas iedzīvotāju un mājokļu skaita pieaugumu. S. Hirta, atsaucoties uz virkni agrāku pētījumu (Muller 1981; Jackson 1985; Fishman 1987), suburbanizāciju definē kā apdzīvotības decentralizācijas procesu, kas galvenokārt noris, vidusšķiras ģimenēm meklējot augstāku dzīves kvalitāti urbānajā perifērijā. Rietumos šo aizplūdi virzīja piepilsētu iedzīvotāju (*suburbanites*) vēlme aizbēgt no urbānā haosa un iegūt augstāku dzīves kvalitāti, nodrošināt ģimenei vairāk piemērotu dzīvesstilu zaļā teritorijā. ASV un mazākā mērā Rietumeiropā piepilsētas kļuva aizvien neatkarīgākas no pilsētām. Šādā ziņā tās vairs īsti neatbilst apzīmējumam “piepilsēta”. Rietumu vidē valstij ir noteikta loma⁴⁸ teritoriju plānošanā un attīstībā (Hall 2002). Arī sociālismā, protams, notika piepilsētu attīstība, bet tā bija saistīta ar iedzīvotāju skaita pieaugumu pilsētās, kā arī ar pakāpenisku migrāciju virzienā “lauki – pilsēta”. Sociālisma urbānā imigrācija bija valsts sankcionēta un virzīta uz valsts ceļu mājokļu rajoniem (Hirt 2007).

⁴⁸ Detalizētāk skat. promocijas darba 2.nodaļā saistībā ar politiskā patēriņa praksēm

Kategoriju *sociālisma piepilsēta* varēja attiecināt vēl uz divām reālīgām: pirmām kārtām te jāmin populārās vasaras mājiņu teritorijas (dažādās sociālisma valstīs tās veidojās līdzīgi, atšķirīgi bija tikai nosaukumi: Krievijā – *dāčas*, Bulgārijā – villas, Latvijā – vasarnīcu un dārzkopības kooperatīvi); otrām kārtām – ciemati ap lielajām pilsētām. Šie veidojumi nebija piemēroti “vidusšķiras piepilsētai”, bet *dāču/villu/vasarnīcu* zonas pievilka sociālistisko eliti. *Dāču* fenomens padomju kultūras kontekstā teorētiski pētīts saistībā ar ikdienas dzīvi sociālistiskajā telpā. Londonas *King's* koledžas profesors Stīvens Lavelis (*Stephen Lovell*), pētot padomju *exurbia*⁴⁹, secina, ka *dāčas* īsti “neierakstījās” lauku ainavā, un tās bija kā “starpnieks starp vienlīdzību un pārākumu” (Lovell 2002: 105–106). Padomju kontekstā *dāčas* raisīja nelabvēlību, jo atgādināja pirmsrevolūcijas buržuā dzīvesstilus un vairāk asociējās ar “brīva laika šķiru” nekā ar fizisku un produktīvu darbu. *Dāčas* rosināja arī pārdomas (un attiecīgi pretenzijas) par valstij piederošo zemi, kas “atņemta” lauksaimniecībai, turklāt vēl *dāčas* iežogoja šo zemi vienai mājsaimniecībai, veidojot *extra* apmešanās vietas. *Dāchas* kā mājokļi bija svešas padomju kopības ētosam, jo “reprezentēja nesociālistisku eksistences anklāvu, necaurredzamu caururbjošam kolektīvajam skatienam” (Lovell 2002: 106). Tomēr *dāchas* nebija pastāvīgas dzīvesvietas un neizraisīja urbāno depopulāciju. Savukārt piepilsētu ciemati bija atkarīgi no tuvumā esošā ražošanas kompleksā un arī neizraisīja urbāno aizplūdi, jo ciemati bija diezgan trūcīgi un to apbūve nepievilcīga.

Ja pēc sociālisma sabrukuma piepilsētas būtu attīstījušās līdzīgi kā Rietumos, tad šāda attīstība ietvertu piepilsētu privāto zemi, ienākumus nesošu nekustamā īpašuma sektoru, jaunu sociālo stratifikāciju, palielinātu individuālo automašīnu skaitu. Tomēr, secina Hirta, suburbanizācija daļā postsociālisma valstu nenoris saistībā ar iedzīvotāju turības pieaugumu, daudzviet nav arī nozīmīgu valsts kapitālieguldījumu infrastruktūrā (nav asfaltētu ielu, nav centralizēta ūdensvada un kanalizācijas). Postsociālisma apstākļos daudzviet sākās urbānā ruralizācija (Hirt 2007). Tā ir “izdzīvošanas stratēģija” ģimenēm, kas aizceļo no pilsētām uz piepilsētu teritorijām, lai apstrādātu zemi un ražotu

⁴⁹ Jēdziens *exurbia* jeb *exurb* (saīsināti no *extra + urban*) socioloģijā tika ieviests 20. gadsimta 50. gados un tā interpretācija dažādu autoru un dažādu valstu pētnieku darbos nav viennozīmīga. Viena no interpretācijām: pilsēta – piepilsēta (*suburb*) – *exurb*, tātad ar *exurb* tiek apzīmēta apdzīvota vieta, kas atrodas vēl aiz piepilsētas un kurā dzīvo galvenokārt turīgas ģimenes; cita interpretācija: *exurbs* tiek identificētas ar t. s. *commuter towns*, proti, apdzīvotām vietām, kuras ar lielpilsētu savieno dzelzceļa satiksme un no kurām iedzīvotāji masveidā dodas uz darbu pilsētā; vēl cita interpretācija: dārzu (zaļie) ciemati, kas atrodas ārpus pilsētas un urbanizētās piepilsētas.

sev pārtiku, secina Hirta (atsaucoties uz Smith 2000; Seeth 1998; Clarke 2000). Krievijā šādu parādību dēvē par “pārtikas burku ekonomiku”, arī par “dārza ekonomiku”.

Tomēr postsociālisma valstu starpā vērojama atšķirīga suburbāno procesu norise. Prāgas Kārļa Universitātes pētnieks Martins Ouržedničeks (Ouředníček 2003) uzsver, ka suburbanizācija tradicionāli tiek uztverta kā negatīvs process, jo rada funkcionāli homogēnas zonas, kas savukārt izraisa jaunas prasības satiksmei un infrastruktūrai. Suburbānā celtniecība pārsvarā attīstās uz kādreizējās lauksaimniecības zemes, un piepilsētu iedzīvotāji vietējā vidē ievieš svešas arhitektūras un sociālās vides iezīmes, padziļinot sociālo polarizāciju un segregāciju. Tomēr M. Ouržedničeks uzskata, ka suburbanizācijai Prāgas piepilsētā bija arī pozitīvas iezīmes. Tā ar strauju un izvērstu dzīvojamo un komerciālo būvju celtniecību veicināja daudzu iepriekš panīkušu vietu attīstību. Pirmkārt, jauno māju īpašnieki finansiāli sedza daļu no tiem ciematu infrastruktūras uzlabojumiem, kas bija saistīti ar apgaismojumu un ceļiem, lai gan, protams, jauno īpašnieku esamība nepatika vietējiem iedzīvotājiem. Jauno māju celtniecība deva arī biznesa iespējas vietējiem uzņēmumiem. Specifiska čehu apdzīvoto vietu iezīme ir relatīvi blīva mazu pilsētiņu veidošanās, kuras ir apgādātas ar ikdienas dzīves patēriņa pamata precēm un pakalpojumiem. Jaunie Prāgas piepilsētas iedzīvotāji (*suburbanites*) nav pilnībā atkarīgi no ikdienas braukāšanas (*commuting*) uz centrālo pilsētu, un liela daļa pārvietošanās tādējādi notiek nelielos attālumos (Ouředníček 2003). Otrā jaunā suburbanizācijas procesa iezīme – uz piepilsētu zonām vairāk pārceļas turīgi ļaudis. Viņu mājas ir greznākas, automašīnas – dārgākas, un viņi kļūst par līdzšinējo piepilsētas iedzīvotāju kaimiņiem. Pirmajos gados jaunatnācēji vairāk turas savrup, vēlāk kopā pastāvēšana kļūst ciešāka, atzīst Ouržedničeks, jo jaunienācēji sāk piedalīties arī vietējā pašvaldībā un izmanto vietējos pakalpojumus. Saskarsme starp abām iedzīvotāju grupām notiek arī saistībā ar bērniem, kuri apmeklē vietējās skolas un bērnudārzus. Treškārt, jaunatnācēji bieži ir labāk izglītoti, viņu sociālais statuss un dzīvesstils atšķiras no vietējo dzīvesstila.

Rezumējot, var secināt: pastāv vismaz trīs piepilsētu attīstības scenāriji (Hirt 2007):

- 1) Rietumu tipa suburbanizācija;
- 2) urbānā ruralizācija (lauku vides iekļaušana piepilsētā) kā izdzīvošanas stratēģija;
- 3) rurālā urbanizācija (pilsētas elementu iekļaušana lauku vidē).

Šie scenāriji neizslēdz cits citu, bet ir atšķirīgi vēsturiskajā attīstībā, sociālo jautājumu struktūrā, politisko un ekonomisko *aktoru* motivācijā, un visi šie momenti ietekmē suburbanizācijas procesus. Piepilsētu iedzīvotāju skaits strauji aug. Saskaņā ar

oficiālajiem datiem 2000. gadā Lielbritānijā 84% un ASV 50% no visiem valsts iedzīvotājiem tika klasificēti kā piepilsētu iedzīvotāji (ITC 2004).

Piepilsētu perspektīva ir aktuāla pētniecības tēma.

3. nodaļas kopsavilkums

Privātmājas patēriņa piepilsētā praksi šajā pētījumā simbolizē modelis, kas ietver daudzas sociālās un patēriņa prakses, kā arī atsevišķas, bieži vien unikālas rīcības, kas reproducē praksi. Privātmājas patēriņa praksi postsociālisma piepilsētas zonā ietekmē vairāki savstarpējā mijiedarbībā esoši faktori: mājas kā *lietas* patēriņa motivācija, sociālās stratifikācijas konteksts privātmājas patēriņā, ētikas un emociju aspekts, piederības vietai izpratne, piepilsētas zonas kā patērēšanas vides konteksts.

Mājas kā patēriņa *lietas* kļūst par simbolu mūsdienīgumam, vidusšķiras statusam un saskaņā ar Vudvorda uzskatu, veidojas kā personas pieredzes noliktava, bet pamata konflikts veidojas starp vēlmi ar mājas palīdzību paust statusu un vēlmi saglabāt ērtu vidi. Pretruna starp sociālistisko *normalitātes* izpratni un joprojām *ne-normālo* postsociālisma vidi, rada nesaistītu laika un telpas pieredzi – *heterotopija*– moderna savrupmāja, bieži nesakārtotā, vietām pat sapostītā apkārtējā vidē. Tomēr ģimenes māja piepilsētā, kā atzīmē K. Fehērvāri, definē nosacījumus piederībai jaunajam vidusslānim.

Faktori, kas būtiski ietekmē patēriņa prakses, ir emocijas un ētika. Modernie tēli tiek iestrādāti unikālos patēriņa produktos, kur prieks ir galvenais princips. Paškonceptualizēšanās veido ticību, ka ikviens patērētājs var uzņemties atbildību par savu unikālītāti caur patēriņu. Patēriņš iezīmējas kā patērētāju kultūras balsts.

Rietumu urbānās vides pētniecībā suburbanizāciju definē kā apdzīvotības decentralizācijas procesu, kas noris, vidusšķiras ģimenēm meklējot augstāku dzīves kvalitāti. Postsociālismā suburbanizācija nenoris saistībā ar turības pieaugumu. Rietumu piepilsētu un postsociālisma valstu pilsētu suburbāno teritoriju pētījumu atziņas un to salīdzinājums ļauj apzināt Pierīgas attīstības likumsakarīgās un savdabīgās tendences.

4. PĒTĪJUMA METODOLOĢIJA

Promocijas darba teorētiskais pamatojums balstīts prakses teorijas pieejā, kas uzskatāma par kultūras teorijas atzaru un veidojusies saistībā ar Burdjē un Gidensa teorijām par struktūru un indivīdu attiecībām, savukārt datu ieguvei un analīzei lietota pamatotās teorijas pieeja (*grounded theory*; Glaser & Strauss 1967). Sociālo un patēriņa prakšu īstenojumu var izziņāt, balstoties uz intervijām vai novērojumiem, tāpēc promocijas darba empīriskā pētījuma veikšanai izvēlēta **kvalitatīva metode**. Lai indivīdu patēriņa prakses izziņātu mūsdienīgi un radoši, pētījumā **daļēji strukturētajās intervijās** iegūtie dati papildināti ar **lauka pētījumā** iegūtu **fotogrāfiju analīzi**, kā arī ar iepriekš veikta kvantitatīva pētījuma – iedzīvotāju **telefonaptaujas** – rezultātiem. Visi iegūtie dati kvalitatīvi analizēti, lietojot **jaukto izpētes metožu** pieeju.

4.1. Pamatotās teorijas metode un tai raksturīgā spontanitāte

1967. gadā darbā “Pamatotās teorijas atklāšana. Kvalitatīvās pētniecības stratēģijas” (“*The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*”) Gleizers un Stross pirmo reizi aprakstīja pamatoto teoriju, iezīmējot pirmo sistēmisko formulējumu, kā veidot spontāni radušos (*emergent*)⁵⁰ analīzi (Glaser & Strauss 1967). Pamatotās teorijas stratēģijas mudina uz ātrāku analītisko domāšanu un uztur pētnieku interaktīvās attiecībās ar datiem un topošo analīzi, uzskata amerikāņu socioloģe Ketija Šarmasa (*Kathy Charmaz*), jo pamatotā teorija akcentē galvenokārt analīzes procesu un teorētiskas kategorijas, atstājot otrajā plānā interesi par pētījuma rezultātiem (Charmaz 2008). Pētniecības metode, kas veicina spontāni radušos rezultātus, kalpo tādu jautājumu izpētei, kas paceļ augstākā līmenī izpratni par sociālo pasauli un dažādiem tās aspektiem (Hesse-Biber & Leavy 2008). Lietojot spontanitāti atbalstošu pētniecības metodi, “vienlaikus var pārvarēt gan pētnieka, gan tuvu stāvošā, gan nepiederošā identitāti” (Hesse-Biber & Leavy 2008:4). Jaunas problēmas un jaunas parādības

⁵⁰ *Emergent* (angļu val.) – negaidīti radies; *emergence* – uzpeldēšana, parādīšanās, rašanās; *to emerge* – uzpeldēt, parādīties, rasties. Promocijas darba pētījuma metodes raksturojumā jēdziena *emergent* izpratnei tiek piemēroti arī citi *emergent* (kā pieeju pētniecībai) raksturojoši apzīmējumi latviešu valodā: negaidīti radies, jaunatklājies, radies, spontāns un spontanitāte (*emergence*). A. Kroplija un M. Raščevaskas izdevuma “Kvalitatīvās pētniecības metodes sociālajās zinātnēs” latviskā tulkojumā var sastapt vairākus apzīmējumus, kas lietoti, lai raksturotu *emergent* pētniecību: *uzpeldēt tematiem, uzpeldētie temati, uzpeldošie temati* (Kropļijs & Raščevaska 2004: 116–117).

sabiedrībā pieprasa lietot pētniecības metodes ar radošu pieeju datu analīzei, lai spētu šīs parādības uztvert un analizēt,” uzskata S. Hese-Bibere un P. Līvija.

Spontanitāte ir būtiska pamatotās teorijas pieejas analīzei īpašība, kas atspoguļojas gan rezultātos, gan stratēģijās. Lai gan spontanitāti uzsver kā raksturojošu mūsdienīgu pētniecisko pieeju, jau Emīls Dirkešs 1895. gadā izmantoja radniecīgu pieeju savā sociālās struktūras analīzē. Pamatotās teorijas sākotnējā izklāstā, kā arī tās jaunākajā versijā spontanitātes iespējas tiek uzsvērtas daudzu teorētiķu publikācijās (Charmaz 1983, 1990, 2006; Glaser 1998, 2003, 2006; Strauss 1987; Strauss & Corbin 1990, 1998), uzsver K. Šarmasa. Tādējādi veidojās atšķirīga šā jēdziena izpratne. Diskusijas par metodi norit ne tikai starp otrās, bet nu jau starp trešās paaudzes teorētiķiem. Gleizers un Stross sākotnēji attēloja analītisko procesu kā spontānu tādā nozīmē, ka pētnieki attīsta arvien vairāk teorētiskās kategorijas un sakarības, ko iesaista nākamajos datu vākšanas un analīzes līmeņos (Charmaz 2008: 158). Gleizers un Stross norādīja, ka šīs kategorijas parādās ar salīdzināšanas metodēm. Viņi iedrošināja pētniekus veikt savus pētījumus bez iepriekš izveidotiem uzskatiem par teoriju un pētniecību. Te arī parādās pamatotās teorijas iespēja būt vai nu atvērtai un spontānai vai arī kalpot kā vienkāršai lietošanas metodei. Gleizera versijā spontanitāte ieņēma galveno lomu pamatotajā teorijā, un savus uzskatus viņš paplašināja vēlākajos darbos (Glaser 1978, 1992, 1998, 2003), kuros definēja spontanitāti kā galveno pamatotās teorijas iezīmi, uzskatot, ka kategorijām ir vispārējs un abstrakts mērķis. Gleizers uzsver, ka abstrakcija paceļ analīzes līmeni un palielina vispārējību, savukārt A. Strosa un Dž. Korbinas (Strauss & Corbin 1990, 1998) pamatotās teorijas versija mazāk paļaujas uz spontanitāti. Stross un Korbina norāda, ka pētījumā spontāni parādījušies temati ir vēl viena ietekme, kas līdzvērtīga personiskai pieredzei un profesionālai varēšanai, un kopā ar iepriekšējām teorētiskām zināšanām dod iespēju pētniekam no datiem veidot vispārinājumus un turpmākā izpētes gaitā – jau jaunu teoriju.

Pētnieki, kuri izmanto pamatotās teorijas pieeju, pētniecības procesā meklē atbildes uz diviem jautājumiem – “kas ir noticis?” un “kas ir iegūtie dati – teorētiska kategorija vai teorija?”, skaidro Ketija Šarmasa (Charmaz 2008:161), atsaucoties uz Gleizeru. Pirmais jautājums mudina noskaidrot empīriskā pētījuma detaļas, otrs – saista šīs detaļas ar teorētiskām iespējām datu ieguves laikā. Tādējādi, testējot datus ar šiem diviem jautājumiem, pamatotā teorija pētniekiem ļauj attīstīt, paātrināt un vairot intuitīvās stratēģijas, kas citās kvalitatīvās pētniecības metodēs paliek aprakstošā līmenī.

Šai teorijai raksturīgā pieeja datu vākšanas un analizēšanas procesam, kas saistās ar atgriešanos pie jau esošajiem datiem un jaunu datu ieguves turpināšanu, paaugstina analīzes jaunatklājumu līmeni (Charmaz 2008).

Bieži vien ar šo metodi pētnieki strādā pie tēmām, kas ir saistītas ar viņu dzīvi. Te var parādīties arī risks saistībā ar iepriekšpieņemtiem secinājumiem par pētāmo tēmu. Promocijas darba pētījuma gaitā apstiprinājās Strosa un Korbinas atziņas par spontāni parādījušos tematu un pētnieka personiskās pieredzes līdzvērtību pētījumā, jo tieši iepriekšējās zināšanas ļāva datu analīzes procesā saskatīt jaunas, nozīmīgas problēmas (piemēram, respondentu stāstījumos saklausītā izvairīšanās no kaimiņattiecībām). Datu apstrādes procesā nācās pārvarēt arī vairākus iepriekšpieņemtus secinājumi, piemēram, par piepilsētas jauno privātmāju iemītnieku it kā *zaļo domāšanu* saistībā ar apkārtējo vidi.

Pētījumā datu ieguvei tika izvēlēta daļēji strukturētas intervijas forma, jo šāds intervijas veids palīdz virzīt respondentu dziļāk pētāmajā problēmā. Individu valodas analīze ļauj izprast dziļāk arī patēriņa būtību, jo nozīmes un tēli ir būtiski patērētāju kultūrā. Šādu pieeju promocijas darba pētījumam motivēja tēma par jaunām sociālajām un patēriņa praksēm ikdienas dzīvē postsociālistiskā vidē, un ar tām saistītie izaicinājumi. Lai gan bija iepriekš izstrādāts noteikts jautājumu klāsts, tomēr sarunas gaitā jautājumu secība varēja mainīties, ja respondenta stāstījums uz to mudināja. Daļēji strukturētā intervija kā pētīšanas metode ļauj pētniekam dziļāk izprast pētījuma priekšmetu un vairāk izgaismot tematus, kas radušies izpētes laikā. Promocijas darba sākotnējā pētnieciskā ievirze vairāk bija orientēta uz piepilsētas vides pārmaiņu vērtējumu saistījumā ar jaunajiem politiski atbalstītajiem patērēšanas procesiem. Tomēr pirmās intervijas ar jauno privātmāju īpašniekiem virzīja pētījuma gaitu patēriņa prakšu dziļākā analīzē, jo veidojās pārliecība, ka indivīdu pieredze un iesaistīšanās patēriņa praksēs patiesāk izgaismo postsociālistiskas patērēšanas modeļus nekā tikai neoliberalas politikas ietekmes vērtējums.

Daļēji strukturētās intervijas nodrošināja labu empīriskā materiāla salīdzināmību, vienlaikus šāda intervēšanas forma pieļāva arī samērā brīvu respondenta interpretāciju uzdoto jautājumu ietvaros, tādēļ iegūtais teksta materiāls vairāk līdzinās respondenta stāstījumam, nevis tikai atbildēm uz jautājumiem. Bieži kvalitatīvā pētījumā respondenti vairāk tiek mudināti stāstīt savus stāstus, nevis tikai atbildēt uz pētnieka sagatavotiem jautājumiem vai turēties pie noteiktu tēmu saraksta. Šāda pieeja noder, ja respondents tiek lūgts analizēt savu pieredzi kādā jautājumā, kas saistīts ar

viņa personisko dzīvi, tomēr pastāv iespējamība, ka respondents varētu novirzīties no pētniecības temata. Tas prasa no pētnieka papildu uzmanību datu ieguves laikā – gan lai neietekmētu respondenta viedokli, gan arī lai pētnieks pats nenonāktu stāstījumu ietekmē. Privātmājas patērēšanas prakse ir emocionāli sensitīva tēma, kā tas tika analizēts promocijas darba 2. un 3.nodaļā, un intervēšanas laikā respondenti dažkārt novirzījās no galvenās tēmas (piemēram, vairāki respondenti tiecās stāstīt par kredītiestāžu nežēlīgo attieksmi pret parādos nonākušajiem).

Promocijas darba pētījuma daļēji strukturēto interviju laikā iegūtie respondentu stāstījumi ietvēra gan indivīdu vajadzību dalīties savās personiskajās problēmās, aprakstot, kā krīzes situācijas pārvarētas vai arī nav pārvarētas, gan vēlmes radīt pozitīvu paštēlu un kritiskāk vērtēt citus ģimenes locekļus. Stāstot par sociālajām praksēm un pieredzi, parādās, kā respondenti vērtē sasniegumus, kā pārvar dzīves likstas, kā skaidro panākumus un zaudējumus. Tiek atspoguļoti notikumi, kas mainījuši dzīvi un atstājuši pēdas, tiek stāstīts, ko respondenti darījuši pirms kāda notikuma un ko dara pēc šā notikuma. Respondentu tekstos parādās dzīves plāni un dažādas ietekmes, bieži vien tie ir personu stāsti par laimīgām sakritībām un attiecībām ģimenē. Tā ir sfēra, kur *cilvēki no malas* parasti netiek ielaisti. Tomēr promocijas darba pētījumā iesaistītie respondenti par savām praksēm stāstīja atklāti, vairāki stāstījumi demonstrēja respondentu vēlmi pārliecināt par savu veiksmīgumu, apjomīgo patēriņu, savukārt citi pauda sašutumu, ka neveiksmīgajās patēriņa praksēs vainojama politiskā vara un valsts.

4.2. Respondentu atlases kritēriji un sociālās vides raksturojums

Jaunas privātmājas iegāde piepilsētā ietver ne tikai indivīdu patēriņa prakses, bet arī jaunu dzīvesvietu, jaunas sociālās attiecības, kā arī jaunu dzīvesveida modeli un ar to saistītas ikdienas dzīves prakses.

Latvijā kā piepilsēta klasisko urbāno teoriju izpratnē attīstījusies galvenokārt valsts galvaspilsētas suburānā zona Pierīga. Šajā pētījumā ar piepilsētu tiek saprasta bijušā Rīgas rajona⁵¹ teritorija (3058 km²). Pierīga aptver 17 novadus (Ādaži, Babīte, Baldone, Carnikava, Garkalne, Inčukalns, Krimulda, Ķekava, Mālpils, Mārupe, Olaine, Ropaži, Salaspils, Saulkrasti, Sēja, Sigulda, Stopiņi), kur dzīvo aptuveni 180 000 iedzīvotāju.

⁵¹ Šī otrā līmeņa pašvaldība tika reorganizēta atbilstoši 2009. gada administratīvi teritoriālajai reformai.

Aktīva jaunu mājokļu būvniecība Pierīgā sākās ap 2000. gadu, kad strauji attīstījās zemes tirgus. Tā kā būvniecības attīstītāji sekoja galvenokārt tirgus pieprasījumam, bet vietējās pašvaldības, veidojot novadu apbūves plānojumus, paredzēja nesamērīgi lielu jaunas būvniecības pieaugumu, radās izkaisītas apbūves teritorijas un tā sauktie *plavu ciemi*, kam nav kopēja plānojuma un infrastruktūras. To uzskatāmi pamato pētījums “Pierīgas apdzīvojuma struktūra” (Pužulis & Šķiņķis 2009), kas veikts Rīgas plānošanas reģiona uzraudzībā 2009. gada vasarā un rudenī. Pēdējos desmit gados attīstība pašvaldībās maldīgi saprasta kā iedzīvotāju skaita pieaugums. Tāpat aplamā gultnē ievirzījās arī priekšstati par teritorijas attīstību, kas bija balstīti uz tirgus spekulatīvajiem darījumiem, ko bieži vien papildināja pašvaldību neprasme strādāt ar investoriem (attīstītājiem). Izvēršot piepilsētas apbūvi bez arhitektoniskas un sociālas koncepcijas, Pierīgā ignorēts, ka zemes transformācija ietver ne tikai vizuālās pārmaiņas, bet arī dzīvesveida izmaiņas, secināts pētījumā.

Pēdējos desmit gados iedzīvotāju skaits Pierīgā pieaudzis par 21 procentu. Uz dzīvi te pārceļas iedzīvotāji gan no galvaspilsētas, gan citiem valsts reģioniem. Iedzīvotāju pieplūdums noticis saistībā ar jaunu mājokļu būvniecību, ko, sākot no 2000. gada, veicinājuši viegli pieejamie mājokļu kredīti. Kā liecina LR Centrālās statistikas pārvaldes dati, 2007. gadā no visiem Latvijā kopā uzbūvētajiem mājokļiem 37% uzbūvēja Pierīgā, bet 2008. gadā no 8084 Latvijā uzbūvētajiem mājokļiem (no tiem 25% ir viena dzīvokļa mājas) Pierīgā tika uzbūvēts 3041 mājoklis, t. i., gandrīz 38% no visiem mājokļiem, kas šajā gadā uzbūvēti Latvijā.

Pirms promocijas darba pētījuma kvalitatīvo datu ieguves autore 2009. gadā veidoja analītisku izdevumu par Pierīgu ”Idejas labākai dzīvei Pierīgā”. Saistībā ar šo projektu tapa pētījumu centra SKDS pētījums “Attieksme pret dzīvi savā pašvaldībā: Rīgas rajona iedzīvotāju telefonaptauja”, kurā piedalījās arī promocijas darba autore. Tika pētīta Rīgas rajona iedzīvotāju apmierinātība ar dzīvi 23 Pierīgas pašvaldībās īsi pirms administratīvi teritoriālās reformas. 2009. gadā šā pētījuma ietvaros katrā no 23 Pierīgas pašvaldībām nejaušas izlases veidā telefoniski aptaujāja 50 iedzīvotājus. Tika sagatavots iegūto datu kopsavilkums, izveidotas 108 tabulas un pārskats par katru pētījuma tematisko sadaļu. Pētījums skaidroja iedzīvotāju apmierinātību ar dzīvi savā pašvaldībā, pašvaldības darba vērtējumu, informētību par pašvaldību, uzskatus par pakalpojumu pieejamību dzīvesvietā pēc administratīvi teritoriālās reformas īstenošanas, kā arī saistību ar dzīvesvietu. Daļa no pētījuma rezultātiem (t. sk. 17 tabulas) tika iekļautas jau pieminētajā izdevumā “Idejas labākai dzīvei Pierīgā” (2009).

Aptauja veidoja piecas pamattēmu grupas, un katra grupa ietvēra detalizētus jautājumus. Pamattēma **“Apmierinātība ar dzīvi savā pašvaldībā”** ietvēra iedzīvotāju atbildes ar dažādu jomu (ekoloģiskā situācija, teritorijas labiekārtotība, novada attīstība, sabiedriskā drošība, veikali un iespējas iepirkties, ielu/ceļu stāvoklis, veselības aprūpe, komunālo pakalpojumu kvalitāte, iespēja nodarboties ar sportu, kultūras un izklaides pasākumi, iespēja saņemt sociālo palīdzību u.c.) novērtējumu. Aptaujas tēmā **“Apmierinātība ar savas pašvaldības darbu”** iedzīvotāji vērtēja savas pašvaldības darbu kopumā, deputātu darbu, kā arī savu iespēju ietekmēt pašvaldības lēmumus. Cita pamattēma atspoguļoja **iedzīvotāju informētību par savu pašvaldību un veidus, kā viņi iegūst informāciju**. Atsevišķa jautājumu grupa veidoja tēmu **“Saistība ar savu dzīves vietu”**, un tie bija jautājumi par iespējām apmeklēt ārstus savā novadā, par kultūras pasākumu pietiekamību, par iesaistīšanos vietējās kopienas dzīvē.

Promocijas darba kvalitatīvā pētījuma daļai darba autore laikposmā no 2011. gada maija līdz 2012. gada jūlijam intervēja Pierīgas iedzīvotājus nolūkā iegūt atbildes uz pētnieciskajiem jautājumiem *kā? un kāpēc?* indivīdi iesaistās privātmājas patērēšanā Pierīgā, un kā privātmājas īstenojuma prakse ietekmē indivīdu dzīvesstilu un vidi aiz mājas robežām. Pētījuma mērķis ir analizēt privātmājas piepilsētā īstenojuma postsociālistiska patēriņa praksi un to ietekmējošos faktoros. Atbilstoši izvirzītajam mērķim tiek analizētas jaunā vidusslāņa patēriņa prakses postsociālismā, ko ietekmē *normalitātes* postsociālistiska izpratne, ar to saistītā motivācija, emocijas un piepilsētas vides sociāli ekonomiskais aspekts.

Veicot kvalitatīvo datu sākotnējo analīzi un salīdzinot to ar 2009. gada telefonaptaujas rezultātiem, vairākos tematos parādījās atšķirīgi dati. Tādējādi bija būtiski pētījumā integrēt arī datus no kvantitatīvā pētījuma, papildinot kvalitatīvos datus, ko neapšaubāmi ietekmēja intervēto personu emocijas, atklātības līmenis un spēja komunicēt. Promocijas darba pētījums veidojās daudzšķautnains (privātmājas patēriņš, ar to saistītais dzīvesstils un sociālās attiecības, arī vides patēriņš), un tas radīja nodomu iekļaut pētījumā vairākas datu kopas – kvalitatīvu datu kopu, kurā integrēti tekstuāli un vizuāli dati, un kvantitatīvu datu kopu, bet nākamajā pētījuma posmā datu kopas interpretēt ar jaukto pētniecības metožu pieeju.

Pētījuma kvalitatīvo daļu veido promocijas darba autores veiktās 26 daļēji strukturētās intervijas. 25 intervijās tika iztaujāti dažādos Pierīgas novados dzīvojoši jauno privātmāju īpašnieki un viņu ģimenes locekļi, bet viena respondente tika intervēta Vācijā, Brēmenes piepilsētā. Sazinoties gan ar vietējo pašvaldību, gan uzrunājot

iespējamos respondentus sociālajos tīklos, tika meklēti un pētījumam izraudzīti Pierīgas iedzīvotāji, kuri iesaistījušies liela mēroga patēriņa praksē, īstenojot vēlmi pēc privātmājas. Būtisks kritērijs respondentu atlasē – iegādāta māja Pierīgā pēdējo 10 gadu laikā ar hipotekārā kredīta palīdzību. Hipotekārais kredīts bija nozīmīgs kritērijs, jo Pierīgas suburbanizācija veidojās galvenokārt saistībā ar viegli pieejamiem kredītiem, kuri vēlāk ekonomiskās krīzes un bezdarba situācijā daudzām ģimenēm jūtami pasliktināja dzīves apstākļus. Respondentu izvēlē būtiski bija ietvert pēc iespējas daudzveidīgāku patēriņa prakšu pieredzi, apzinot maksimāli atšķirīgus gadījumus, jo praksi ietekmē dzimums, vecums, situācija ģimenē, izvēlēta dzīvesvieta, mājas īstenojuma apjoms, iepriekšējā pieredze nekustamā īpašuma apsaimniekošanā un ienākumi. Pētījumā tika iekļauta arī respondente, kura īpašumu Pierīgā iegādājās, neņemot hipotekāro kredītu, bet pārdodot citu īpašumu. Kā uzskata E. Vords (Warde 2005: 145), sociālās prakses ir iekšēji atšķirīgas, tāpat arī cilvēki dažādās situācijās vienu un to pašu aktivitāti veic atšķirīgi. Tādēļ pētījumā tika iekļauta arī šobrīd Brēmenes (Vācija) piepilsētā Zīkē (*Syke*)⁵² dzīvojoša respondente, kura pirms 20 gadiem pārcēlās uz dzīvi Vācijā, iesaistījās privātmājas īstenojuma praksē, bet iepriekš viņai bija bijusi privātmāja Pierīgā. Tādējādi respondentes personiskajā pieredzē bija priekšstats par privātmājas patērēšanas praksēm kā Pierīgā, tā Brēmenes piepilsētā. Promocijas darba autorei bija iespēja apmeklēt Brēmenes piepilsētu, intervēt minēto respondentu, veikt novērojumus un iepazīties ar piepilsētas kopienas dzīvi, kā arī apmeklēt vairāku ģimeņu privātmājas un sarunāties ar tur dzīvojošām ģimenēm.

Pierīgā intervēto personu privātmāju platība ir no 140 m² līdz pat 460 m², piemājas zemes platība no 900 m² līdz 4000 m², ģimeņu parādsaistības ir robežās no 50 līdz 800 eiro mēnesī. Būtiski bija panākt uzticēšanos starp respondentiem un intervētāju, jo neveiksmīga patēriņa prakse vairākiem respondentiem rezultējās gan ar īpašuma pazaudēšanu, gan ģimenes iziršanu. Intervijas notika respondentu privātmājās vai citā vietā, ja privātmāja saistībā ar nespēju maksāt kredītu bija zaudēta. Ja tika saņemta piekrišana piedalīties pētījumā, uz intervijas jautājumiem atbildēja vairāki vienas ģimenes locekļi, jo mājas īstenošanas praksē parasti iesaistās visa ģimene, taču viedokļi par patēriņu ģimenē var būt atšķirīgi. Šāda atklāta diskusija attīstīja arī negaidītus tematus datu analīzē.

⁵² Zīke (*Syke*) ir pašvaldība Lejassaksijā (dzīvo ap 24 tūkst. iedzīvotāju) Brēmenes tuvumā (atrodas 19 km uz dienvidiem no Brēmenes). Tā ir *zaļa pilsēta*, kas pamatā veidojusies kā privātmāju rajoni. Vietējās darbavietas saistītas ar pakalpojumu sniegšanu. Lielākā daļa iedzīvotāju strādā Brēmenē.

Daļēji strukturēto interviju veidoja 35 pamatjautājumi (sk. 1.pielikumu). Respondentu atbildes bieži pārsniedza tiešas atbildes apjomu un veidoja stāstījumus. Katra saruna ilga apmēram 2,5 stundas. Visu intervēto personu vārdi pētījumā ir mainīti. Intervijas tika digitāli ierakstītas un tekstuāli atšifrētas. Detalizēts respondentu raksturojums, katra statuss ģimenē un privātmājas kā nekustama īpašuma apraksts, nesalīdzinot ar Zemesgrāmatas datiem, iekļauts promocijas darba 2. pielikumā.

Pētījumā bija iesaistītas 15 mājsaimniecības⁵³, no tām 7 mājsaimniecības pārstāvēja 1 respondents, 8 mājsaimniecībās intervēti 2 līdz 4 respondenti. Divi respondenti intervijas brīdī mājīpašumu bija zaudējuši: viena respondenta namīpašumu bija atsavinājusi kredītiestāde saistībā ar nenomaksātu kredītu, bet otra respondenta ģimene māju bija pārdevusi, lai daļēji segtu parādu; intervijas brīdī respondenti dzīvoja īrētās mājvietās. 2 respondenti māju īstenojuši, būdami juridiski brīvas personas statusā (šķīrušies), savukārt 1 respondente intervijas brīdī bija uzsākusi laulības šķiršanas procesu. Intervēto personu vecums – 32 līdz 63 gadi; pētījumā piedalījās arī divi jaunieši (17 un 19 gadus veci), kuri dzīvoja kopā ar vecākiem jaunajās privātmājās. Balstoties uz intervēto atbildēm, varēja secināt, ka 4 mājsaimniecībām privātmājas patēriņš radījis grūti atmaksājamas finansiālas saistības, 3 mājsaimniecības spēj atmaksāt kredītu, tomēr jaunā patēriņa prakse ir ievērojami mainījusi dzīvesstilu un mazinājusi atpūtas iespējas, savukārt 5 mājsaimniecības spēj segt kredītsaistības un turpināt iepriekšējo dzīvesstilu, bet 2 ģimenes privātmājas ir zaudējušas, jo nav spējušas nomaksāt hipotekāro kredītu. Viena privātmāja, kā jau teikts, ir īstenota bez aizņēmuma. Pamatotās teorijas pieeja neparedz iepriekš noteiktu izlases apjomu, jo respondentu skaitu ietekmē viņu atklātība un spēja komunicēt par pētījuma tematu. Intervētās personas ļoti pozitīvi reaģēja uz iespēju piedalīties pētījumā un pozitīvi izteicās arī par pētījuma tēmas nozīmīgumu gan viņu dzīvē, gan valsts mērogā.

Datu sākotnējā analizē kā nozīmīga iezīmējās kategorija *privātmāja kā emocionāla un vitāla vajadzība*, kas arī pamato patēriņa emocionālo raksturu. Promocijas darba 2. nodaļā tika uzsvērts, ka prakse veidojas kā saikne starp organizētām darbībām. Viens no šīs saiknes komponentiem ir *teleoemocionāla struktūra*, ko prakses

⁵³ *Privātā mājsaimniecība* (mājsaimniecība) ir vairākas personas, kuras dzīvo vienā mājoklī un kopīgi sedz izdevumus, vai viena persona, kas saimnieko atsevišķi – tā statistikā lietoto definīciju formulē LR Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) Sociālās statistikas departamenta direktora vietnieks E. Vaskis. Sk.: Dārziņa L. Kas ir mājsaimniecība? Un kāpēc tā nav ģimene? Public. 24.02.2011. Latvijas Vēstneša portāls *Par likumu un valsti*. Pieejams: <http://www.lvportals.lv/skaidrojumi.php?id=226277> (skatīts 25.08.2013.).

teorijas pieejas adepti skaidro kā mērķtiecīgu rīcības hierarhiju, lai sasniegtu iecerēto prakses rezultātu. Pētījumā analizētās patēriņa prakses teleoemocionalitāti veido, pirmkārt, **politiskās sistēmas nomaiņa** – *normālas* dzīves postsociālistiska izpratne, atmiņas un sociālismā ierobežotās privātās dzīves iespējas; otrkārt, **ikdienas dzīves prakses** – mājas vides veidošana, dzīvesstils piepilsētā; treškārt, **sociālās attiecības** – privātmāju ģimeņu modeļi un jaunās kaimiņattiecības, kā arī neierastā **finansiālā situācija** – regulāri kredīta maksājumi, neatkarīgi no tā, cik stabils ir ģimenes budžets

Tālākā datu analīzē atklājās vēl kāda būtiska nekustamā īpašuma patēriņa kategorija – *vide aiz mājas robežām*. Vairāku pētījumā iesaistītu respondentu atbildēs iezīmējās vēlme izvairīties no kaimiņattiecību uzturēšanas un samērā vāja interese par savas dzīvesvietas tuvāko apkārtni. Jauno māju puduru būvniecība negarantēja sakārtotu infrastruktūru, kas tagad, kā parādīja datu analīze, jauno māju īpašniekos veido kritisku attieksmi pret vietējo varu. Analizējot jau esošos datus, izvirzījās jaunas pētniecības tēmas, kas bija jānodrošina ar jauniem datiem, un pētījumā tika iekļautas arī intervijas ar vietējo pašvaldību deputātiem, kuri pētījumā tiek apzīmēti ar *deputāts* un novada nosaukums, kurā deputāts ievēlēts. Intervēti seši deputāti, kuri pētījumā apzīmēti šādi: Ādažu deputāts, Ķekavas deputāts, Siguldas deputāts, Inčukalna deputāts, Stopiņu deputāts, Vangažu deputāts. Deputātu atlasē tika ievēroti vairāki kritēriji: vismaz divas reizes ievēlēts par vietējās pašvaldības deputātu laikā no 1995. līdz 2010. gadam un pēc ievēlēšanas ieņemts vadošs amats domē. Vietējo pašvaldību deputātiem intervijās tika lūgts novērtēt jaunās būvniecības radītās vides pārmaiņas, pašvaldību iespējas ietekmēt piepilsētas apbūves tendences, kā arī pašvaldību iespējas uzlabot infrastruktūru un nodrošināt ar pakalpojumiem jaunus Pierīgas novadu iedzīvotājus. Pierīgas novadi, kuru deputāti tika intervēti, atšķiras gan ar jaunās būvniecības apmēriem, gan ar būvniecības prakšu norisi, un šie novadi pārstāv pašvaldību grupas, kuras A. Pužulis un P. Šķiņķa pētījumā iezīmētas saistībā ar vēsturisko un jauno postsociālisma apbūvi⁵⁴.

⁵⁴ Pētījumā “Pierīgas apdzīvojuma struktūras izpēte” A. Pužulis un P. Šķiņķis nošķir divu veidu pašvaldības – tās, kuras plāno apbūvi galvenokārt jau esošo ciemu robežās, un tās, kuras plāno ievērojamas apbūves teritorijas ārpus ciemu robežām. Vairāku pašvaldību plānojumos paredzētas apdzīvotas vietas, kuru teritorijas ievērojami pārsniedz līdz šim apbūvētās platības un arī iespēju tās apbūvēt tuvākajā laikā. Salīdzinot vēsturisko apbūvi un postsociālisma apbūvi, pašvaldības var iedalīt vairākās grupās. Pirmo grupu veido pašvaldības, kurās ir ievērojama vēsturiski veidojusies apbūve un lielas jaunās apbūves teritorijas, kas samērojamas ar vēsturisko apbūvi vai pat pārsniedz to (Ādaži, Babīte, Garkalne, Ķekava, Mārupe, Olaine, Salaspils, Stopiņi). Otro grupu veido pašvaldības, kurās ir ievērojama vēsturiskā apbūve, bet pēdējo gadu apbūve nav bijusi intensīva (Sigulda, Saulkrasti, Baldone). Trešajā grupā ietilpst pašvaldības, kurās nav bijusi izteikta vēsturiskā apbūve, bet attīstījusies jaunā apbūve (Salas pagasts Babītes novadā). Ceturtajā grupā ietilpst pašvaldības, kurās maz jaunās apbūves teritoriju (Mālpils, Sēja, Vangaži, Krimulda, Daugmale, Allāži) (Pužulis & Šķiņķis 2009).

Intervēta arī Rīgas plānošanas reģiona (RPR) amatpersona, kura pētījumā apzīmēta šādi: RPR pārstāvis. RPR pārstāvis iekļauts respondentu atlasē ar nolūku objektīvāk atspoguļot vietējās varas lomu Pierīgas attīstībā, jo novadu attīstības plānojumi tapa sadarbībā ar Rīgas plānošanas reģionu.

4.3. Attēlu analīze kā vizuālās pētniecības metode

Iepriekš aprakstītā spontanitātē balstītas pieejas pētniecības metožu fleksibilitāte rosināja kvalitatīva pētījuma datu analīzē iekļaut arī vizuālajā izpētē iegūtu fotogrāfiju analīzi. Kā uzskata socioloģijas doktore Anita Kalniņa, gan socioloģisko zināšanu laukā, gan komunikācijas jomā iespējamus trūkumus var mazināt ar vizuālo pētniecības metožu lietošanu, kas spēj sniegt priekšstatu par jaunām, iepriekš neievērotām dimensijām (Kalniņa 2008: 162). Fotogrāfija, akcentē Kalniņa, palīdz sociologam veidot teoriju, skaidrot sabiedrību, tuvinoties iespējami pilnīgākai realitātes ainai.

Veicot promocijas darba pētījuma ietvarā pirmās intervijas, veidojās atziņa, ka ne vienmēr respondenti spēj objektīvi aprakstīt savu mājas vidi vai publisko telpu ārpus mājas robežām, tādēļ, apmeklējot respondentu privātmājas, darba autore lūdza atļauju fotogrāfiski fiksēt mājas vidi un apkārtējo teritoriju. Fotogrāfijas tika uzņemtas māju apmeklējuma laikā, bet Pierīgas apdzīvotās vietas tika fotografētas arī speciālos izpētes braucienos. Fotogrāfiskajā dokumentēšanā priekšmets, šajā gadījumā – māja, dziļāk atklājās saistībā ar apkārtējo vidi. Vizuālais materiāls ļauj spriest par piepilsētas zonu jaunās būvniecības apjomiem, stilu un postsociālisma vidi. Apzināti netika fotografēti māju īpašnieki un iedzīvotāji, lai nodrošinātu pētījumā iesaistīto respondentu anonimitāti. Pētījumā, izmantojot digitālo fotoaparātu, tika iegūtas 250 fotogrāfijas, fotogrāfiskā izpēte notika aptuveni 15 mēnešu garumā – no 2011. gada maija līdz 2012. gada augustam.

Aprakstot lietas, tiek „ievilkta līnija” par situāciju, ko skaidro lasītājam (Ingold 2010). Līdzīgā veidā fotogrāfijas palīdz veidot ierāmējumu kāda tēla vai situācijas ainai. Fotogrāfija var pretendēt uz sagūstītu mirkli pētījuma laukā pretstatā rakstītajam tekstam, kas neizbēgami padara pieredzi maināmu arī pēc notikuma (Hingley 2011). Attēlos mēģināts “sagūstīt” pētījuma lauka darba momentus, kas palīdz izprast pētījumā saskatīto, bet izzūdošo, piemēram, pārmaiņas piepilsētā radītajā vidē.

Aprakstītais ir stāstījuma atspoguļojums, bet fotogrāfijas parāda, iespējams, citu, mazāk personisku, pat atšķirīgu redzējumu (Hingley 2011). Apzinoties, ka iespējama

rakstītā vārda neprecizitāte vai subjektīvisms pētniecībā iegūto datu skaidrojumā, fotogrāfijas sniedz papildu iespēju novērtēt realitātes un emociju attiecības interviju datus. Fotogrāfijas līdzās pētnieka pieredzei un tēmas redzējumam ļauj realizēties arī lasītāja redzējumam, un kā dokumenti tās pauž patiesību, ko var interpretēt neitrāli.

Vizuālajā pētniecībā, pēc Gunilas Holmas (*Gunilla Holm*) vērtējuma, parasti tiek izmantoti trīs veidu attēli. Visbiežāk izmantotais ir pētījuma veicēja radīts attēls (*subject-produced image*) (Holm 2008). Tas nozīmē, ka pētnieks lūdz atļauju pētījuma dalībniekiem veidot fotogrāfisku vai video ierakstītu viņu dzīves aspektu⁵⁵. Uve Flicks (Flick 2002) uzskata, ka strīdīgs ir jautājums, cik lielā mērā kamera maina situācijas uztveri vai arī, cik nozīmīga ir situācijas piemeklēšana attēla radīšanai. Promocijas darba pētījuma lauka darbā daļa iegūto attēlu raksturo privātmājas kā patēriņa prakses *lietas*, atspoguļojot respondentu gaumi un *sapņu* mājas īstenojuma iespējas. Šādi attēli ir pētījuma procesā radīti (*subject-produced image*) un fiksē konkrētas ģimenes ikdienas dzīves situāciju konkrētā laikā un vietā. Šis vizuālais materiāls ļauj ieskatīties mājas īstenojuma prakses veikumā un ikdienas dzīves rituālu norises vietās, jo, piemēram, virtuves vidē notiek *ēšanas rituāls*, bet viesistabā uzņem viesus un svin svētkus.

Otrs attēlu veids ir tādi attēli, kurus kā dokumentālas fotogrāfijas iesaista antropoloģiskā izpētē. Šie attēli nav skatāmi tikai paši par sevi, bet gan plašākā kontekstā (Holm 2008:327). Fotogrāfijas, kas atspoguļo Pierīgā radīto vidi, ir dokumentālas un tajās redzamās situācijas ir saprotamas pārsvarā tikai plašākā kontekstā, kas ir būtisks, piemēram, aprakstot attēlā redzamas pamestas jaunbūves vai privātmāju pudurus, kas iebūvēti dūksnainās pļavās.

Tādējādi attēli, kas radīti interviju laikā un tapuši kā dokumentālas fotogrāfijas, atspoguļojot piepilsētā radīto vidi, ietver promocijas darba autores izpētes procesā novēroto, un ir pētniecības metode, kurā datu ieguvē izmantots fotoaparāts.

Treškārt, pētniecībā tiek izmantoti arī iepriekš radīti attēli. Tās ir, piemēram, senas ģimenes fotogrāfijas, fotogrāfijas no laikrakstiem, arhīvu fotogrāfijas, kā arī dažādu rituālu un notikumi attēli. Privātmājas īstenojuma izpētē tika izmatoti arī iepriekš radīti attēli – ģimeņu arhīva fotogrāfijas par mājas būvniecības laiku un

⁵⁵ Anita Kalniņa apraksta *fotoalbums* pieeju, ko parasti izmanto vietas/vietējās attīstības projektos, kas dod iespēju kopienām saistībā ar pētniecību veidot vizuālo materiālu, apzinot savas problēmas. Kalniņa uzskata, ka visai interesanta metode ir "foto-izdibināšanas" (*photo-elicitation*) intervija, kuras mērķis ir intervijas laikā iegūt no respondentiem informāciju par attēlos redzamo saistījumā ar pētāmo tēmu vai par attēlos redzamām aktivitātēm un objektiem. (Kalniņa 2008)

Latvijas Nacionālās bibliotēkas datu bāzes materiāli par 20. gs. 30. gados jauna ciemata *Uzvaras līdums* veidošanu Olaines purva teritorijā

Ir vairākas vizuālo materiālu analīzes iespējas⁵⁶. Interesanta pieeja, kā atzīmē A.Kalniņa, ir vizuālo materiālu pētīšana sociālajā kontekstā ar *ietvertās novērošanas* metodi. Ietvertā novērošana jeb *līdzdalīgais novērojums* (*participant observation*), kā to apzīmē norvēģu sociālantropologs Tomass Ēriksens, uzsverot, ka tas ir visierastākais apzīmējums neformālām lauka metodēm antropoloģijā (Ēriksens 2010: 47). Metodes mērķis ir vienlaikus atrasties gan pētāmajā sabiedrībā (līdzdalība), gan ārpus tās (novērošana). Lai arī cik vēlama būtu iekļaušanās respondentu dzīves vidē, tomēr ir nereāli “kļūt par draugu” visiem intervējamiem. Neformālas sarunas veicina respondentu atklātību, paverot iespēju iegūt pētījumam noderīgu informāciju. Izmantojot šo metodi, principiāli svarīgs ir pētniecības ētikas jautājums – pētījumā iesaistīto personu viesmīlība un uzticēšanās nedrīkst tikt pievilta.

Promocijas darbā tika izmantota iepriekš aprakstītā vizuālo datu analīzes metode – fotogrāfiju pētīšana kontekstā ar līdzdalīgo novērojumu, lai labāk izprastu respondentu rīcības un to jēgu. Šādas pētījuma metodes veikšanai tika iekārtota pētījuma dienasgrāmata, lai fiksētu novēroto, pārdomāto un iespējamās atbildes uz jautājumiem, kas radās pēc intervijām un izpētes braucieniem. Savukārt darba autores un respondentu neformālas sarunas nodrošināja iespēju fotografēt privātu mājas vidi, un vēlākā datu analīzē iesaistīt detaļas, kuras respondenti minējuši intervijās, iespējams, tikai cita starpā.

Fotogrāfijas stāsta stāstu un tajās ieraudzītais arī tiek transformēts tekstā ar transkripcijas palīdzību. Kvalitatīvā pētniecība paredz apvienot kodus gan teksta, gan arī cita veida datus, piemēram, fotogrāfiju fragmentu aprakstu kā līdzīgas jēgas paraugus vienai teorētiskai idejai. Tādējādi, atzīst Gibbs, fragmenti saistās ar kopīgās idejas vārdu – ar kodu (Gibbs 2007: 38). Attēlu satura kopsavilkums vai apraksts, kā uzskata Fliks, būtu veidojams pirms pētījuma teksta interpretācijas ar nolūku piemērot tekstuālās interpretācijas metodes arī pētījuma vizuālajam materiālam. Aplūkojot vizuālos materiālus, var uzdot pavisam vienkāršus jautājumus, kā objekts izskatās, kā vizuālais materiāls veidots, vai arī sarežģītākus – ko tieši attēlā var redzēt, kādā kontekstā tas tapis un ko tas nozīmē kā aplūkotājam, tā pētniekam (Kalniņa 2008: 164).

⁵⁶ Vizuālos materiālus var analizēt: 1) līdzīgi kā tekstu ar kontentanalīzes palīdzību; 2) pielietojot diskursa analīzi, lai akcentētu attēlu sociālo nozīmību; 3) izmantot semiotiku, izzinot zīmes un to kontekstus.

Šādi jautājumi tika uzdoti un attiecīgas atbildes rastas arī par fotogrāfijās atspoguļoto Pierīgas privātmāju īstenojumu.

Vizuālie dati kopā ar tekstu datiem pēc kodēšanas attīstīja tādas kategorijas kā *Mājas vides veidošana* un *Piederība videi aiz mājas robežām*. Piemēram, Pierīgā pļavās iebūvētie ciemi tautā iesaukti par *pļavu ciemiem*, kas būtībā ir tēlainis apzīmējums, ja nezina šīs būvniecības prakses patieso raksturojumu. Pētījuma intervijās respondenti, kuri privātmājas iegādājušies vietās ar slikti sakārtotu infrastruktūru, par to runā izvairīgi, apejot detalizētāku vietas raksturojumu, un tieši fotogrāfiju apraksts palīdz precizēt *pļavu ciema* kontekstu. Tomēr attēlu potences veidot vēstījumu un nodrošināt kontekstu nedrīkst novērtēt par zemu, uzsver vizuālās komunikācijas pētnieks Bū Bergstrems⁵⁷ (*Bo Bergström*). Šis autors savus secinājumus attiecina uz komunikācijas pētījumiem, tomēr arī socioloģiskos pētījumos, ja analizēti tiek vizuālie dati, jāņem vērā, ka ne tikai respondentu stāstījumi var ietekmēt pētnieku, bet arī vizuālā izpēte nav brīva no emociju ietekmes. Piemēram, tekstuāli aprakstot attēlus, kuri iegūti, fotografējot mājas vides dizainu, bērnu vidi, dārzus, dzīvniekus, pētniekam ir samērā grūti norobežoties no savu emociju ietekmētiem vērtējumiem.

Rezumējot var secināt, ka vizuālās pētniecības metodes, lai arī pagaidām maz tiek lietotas socioloģiskos pētījumos, paplašina analizējamā materiāla lauku, kā arī analīzes metožu klāstu un, kas nav nesvarīgi, prezentācijas iespējas (Kalniņa 2010: 441). Kad autore dažādās zinātniskās konferencēs prezentēja promocijas darba iestrādes, lielāko interesi un diskusijas par referāta tēmu raisīja tieši vizuālie dati.

4.4. Datu analīzes metodes

Pamatotās teorijas pieejā datu analīzes process sākas ar datu kodēšanu.

4.4.1. Datu kodēšana

Pamatotajai teorijai G. Gībsa vērtējumā ir vairākas priekšrocības ieteikumos, kā izraudzīties fragmentus kodiem, kā identificēt idejas un kā veikt salīdzināšanu, proti,

⁵⁷ B. Bergstrems analizē vairākus attēlu veidus, kuri, iespējams, var nonākt arī pētnieka redzeslokā, vācot pētījumam datus. Tie ir *interaktīvi* attēli, kas informāciju nodod bez spriedumiem par vērtībām. Tie reģistrē notikumus un ziņas, parādās kā reportāžas un dokumentāri attēli. *Izskaidrojošie* attēli palīdz izprast dažādas dzīves situācijas, tiem pieskaitāmi, piemēram, dažādu preču darbības attēli utt. *Norādošie* attēli atsedz vēstījuma sūtītāja un adresāta attiecības un vēlmi orientēt auditoriju noteiktā izpratnes virzienā. *Ekspresīvie* attēli atspoguļo personisku pieeju, tie var būt poētiski, eksperimentāli, arī ļoti asociatīvi (Bergstrems 2009: 67).

savstarpēji salīdzinot līdzīgus kodētos fragmentus, salīdzinot dažādus kodus un arī salīdzinot atšķirīgus kodēšanas veidus. Īpašās datu kodēšanas formas ievirza pētnieka koncentrēšanos uz iespējamo datu jēgu. Kodēšana tekstu indeksē vai kategorizē nolūkā veidot tematiskās idejas tīklu (Gibbs 2007: 38). Šis tīkls ietver viena vai vairāku teksta, kā arī cita veida datu (piemēram, fotogrāfiju) fragmentus ar vienādu jēgu kā paraugus vienai teorētiskai idejai. Tādējādi fragmenti saistās ar kopīgās idejas vārdu – ar kodu, kā apraksta Gibss. Kvalitatīvajos pētījumos, aplūkojot kodus un kodēšanu, lieto dažādus terminus – indekss, tēmas, kategorijas u.c. –, un katrs no tiem attiecas uz nozīmīgu kodēšanas aspektu.

Ir vairākas pieejas kodu veidošanas sistēmai. Viena no tām ir *jēdzienu virzoša kodēšana*, veicot visa pētījuma ietvara analīzi jau pirms teksta kodēšanas un izveidojot svarīgāko tematisko ideju sarakstu. Otra pieeja ir *datu virzīta kodēšana*, un tad, pretēji iepriekšējā pieejā ieteiktajai tematiskā saraksta veidošanai, sāk no viena koda izveides. Promocijas darba pētījumā, kā jau tas raksturīgi pamatotajai teorijai, interviju kodēšana nenotika pēc iepriekš izveidota tematisko ideju saraksta, bet kodēšana tika uzsākta pētījuma sākumā, turpinot datu papildināšanu un kodu pārbaudi saistībā ar iegūtajiem datiem, tādējādi dati virzīja kodēšanu.

Pamatotās teorijas pieejā teksta kodēšana notiek vairākos līmeņos. Tāpat ir vairākas metodes, kā uzsākt teksta analīzes pirmā līmeņa kodēšanu, kurā respondentu tekstos identificētos jēdzienus izmanto datu sistematizēšanai (Charmaz 2006:48–51, 2008: 164; Gibbs 2007: 50–52).

1. *Vārds pēc vārda* kodēšana (arī lielāku vienību – frāžu un teikumu – kodēšana).
2. *Rinda pēc rindas* kodēšana.
3. *Gadījums pēc gadījuma* kodēšana.

Promocijas darba pētījumā pirmā līmeņa kodēšanai izmantota tekstu *jauktā kodēšana*. Tas nozīmē, ka daļa interviju teksta kodēta pieejā „gadījums pēc gadījuma”, savukārt tajās intervijās, kurās respondenti bija emocionāli atvērtāki un stāstījums personiskāks, atklājot savus pārdzīvojumus patēriņa praksēs, teksts tika kodēts pieejā “rinda pēc rindas”, īpaši akcentējot tos respondentu izteikumus, kuri raksturo jaunās prakses. Interviju dati un vizuālie dati (kodēšanā tika iekļauts arī vizuālos datus aprakstošs teksts) šajā analīzes posmā tika kodēti kā konkrētas darbības un notikumi, nevis kā jaunradušās (*emergent*) tēmas. Pirmie kodi saistījās ar mājas iegūšanas iespējām pēc sociālisma sabrukuma Latvijā un māju sajūtas radīšanu, tālāk jau iezīmējās māja kā emocionāla vēlme un kredīts kā apdraudējums. Izmantojot pieeju “rinda pēc rindas”,

kodēšanas procesā notiek aktuālo teksta vienību izvēle un sakārtošana pēc nozīmīguma, lai tad, kad teksts apvienots lielākos fragmentos, konstatētu, vai nav jāmaina koda nosaukums (Gibbs 2007: 52). Šī pieeja ir radoša, tomēr nākas uzmanīties, lai kodēšanas procesā pētnieks nepiesavinās pētījuma dalībnieku pasaules redzējumu. Kodēšanas pieeja “rinda pēc rindas” ir lielisks heuristisks mehānisms, lai kodētu raitas intervijas un pārlicinošus stāstījumus, turpretim kodēšana lielākās teksta vienībās (frāžu un teikumu kodēšana) labi strādā etnogrāfiskos pētījumos.

Kodēšanas procesa otrajā līmenī notiek *fokusētā kodēšana*, kas ietver kodēto datu atlasīšanu, kā arī kategoriju identificēšanu, attīstīšanu un savstarpēju sasaisti. Stross un Korbina iesaka kodēšanas otrā līmeņa veikšanai specifisku tehniku trijās stadijās:

- 1) atvērtā kodēšana, kurā tekstā tiek identificētas būtiskas kategorijas;
- 2) ass (aksiālā) kodēšana, kurā kategorijas tiek atlasītas, attīstītas un savstarpēji saistītas;
- 3) selektīvā kodēšana, kurā izvirza būtiskāko vai centrālo kategoriju (*core category*), kas saistās ar visām pārējās kategorijām.

Atvērtās kodēšanas galvenais uzdevums ir agrīnajā kodēšanas stadijā identificēt tekstu fragmentu raksturīgās īpašības un dimensijas, kas palīdz sakārtot kodus hierarhijā ar domu, ka visas būtiskās teksta daļas tiek sakodētas un visi jautājumi atbildēti. Hierarhija palīdz analizē iekļaut lielu skaitu kodu un labāk parāda to attiecības (Strauss & Corbin 1998). Apvienotās datu kopas rūpīgi jāizvērtē atkarībā no tā, kuras labāk interpretē pētāmo parādību. Šajā stadijā pētnieks vāc datus kādas parādības izpētei, identificē kategorijas, kuras definē tikai pēc atkārtotas savākto datu caurskatīšanas un jaunu datu pārbaudes. Šajā līmenī tiek veikta arī teorētiskā kodēšana, meklējot saistību starp kodiem. Pēc tam pētnieks formulē vispārīgākas kategorijas.

Datu kodēšanas otrā līmeņa nākamā stadijā tiek meklēta saite starp vispārīgākām kategorijām un formulēta teorija par šīm sakarībām, tas nozīmē, ka pētnieks veido teoriju par kategoriju saistības pamatu (Kroplis & Raščevska 2004: 129). Šajā kodēšanas stadijā notiek *teorētiskā piesātināšana* – proti, teorētisko kategoriju raksturīgo īpašību bagātināšana. Teorētisko piesātinājumu var definēt kā situāciju, kad jauni dati nevar teorētiskās kategorijas papildināt ar jaunām īpašībām (Charmaz 2008: 167). Teorētiskais piesātinājums ir vēl viena pamatotās teorijas stratēģija, kas šo pieeju atšķir no citām kvalitatīvo pētījumu metodēm. Pamatotās teorijas pieejai raksturīgo datu vākšanu un integrēšanu ar konstruktīvu salīdzināšanu cauri visam pētījumam sauc par *konstantes salīdzinājuma metodi*. Analīzes process sākas ar pirmo gadījumu, un katrs nākamais gadījums tiek pievienots jau esošajai analīzei.

Datu kodēšanas trešajā stadijā izvirza hipotēzi, kā arī nosaka vienu vai vairākas centrālās kategorijas. Dažkārt ir grūti izšķirties par centrālo kategoriju, jo vairākas var būt tik nozīmīgas, lai kļūtu par centrālo. Pamatotās teorijas pieeja skaidri neraksturo, kā būtu izvirzāma centrālā kategorija, – teorētiķiem ir atšķirīgi viedokļi. Gleizers uzskata, ka ir būtiski, lai centrālā kategorija tiktu izvirzīta saskaņā ar pētījuma empīriskajiem datiem, nevis ar iepriekšējiem teorētiskiem pieņēmumiem (Glaser 1992).

Kodējot promocijas darba pētījuma datus vairākos līmeņos, bija iespējams visu intervijās iegūto teksta materiālu pakāpeniski un mērķtiecīgi analizēt un izveidot teoriju, balstoties uz pamatotās teorijas pieeju. Sākotnēji kā centrālās iezīmējas divas kategorijas: *Privātmāja kā emocionāla un vitāla vajadzība*, kā arī *Mājas un ģimenes saistība*. Veicot kodu salīdzināšanu ar kodiem un secīgi kategoriju salīdzināšanu, kā arī kategoriju teorētisku piesātināšanu, kā galvenā kategorija tika izvirzīta „*Normalitātes*” *izpratnes un atmiņu savijums – motivācija mājas īstenojumam*, kas pamatoja teoriju par patēriņa prakšu teleoemocionālo dimensiju. Teleoemocionalitātes apveids un izpausmes, kas vada cilvēku aktivitāti, ir atkarīgas no dzīves apstākļiem, kas veidojas ciešā saistībā ar indivīdu darbībām (Schatzki 1997: 302). Savukārt kategorijas *Būvēšanas praksē veidojusies mājas izjūta; Māja – ģimenes saliedēšanās iespēja; Mājas vides veidošana* attīstījās ciešā saistībā ar centrālo kategoriju. Tādējādi, lietojot pamatotās teorijas pieeju, pētījumā veidojas teorija, kas atbilst datiem un analizē aktivitātes un to mijiedarbību, kas saistītas ar iepriekš definēto pētījuma priekšmetu – vēlmju par privātmāju piepilsētā īstenojums.

4.4.2. Jaukto pētniecības metožu pieeja

Kopš 2000. gada jaukto pētniecības metožu lietojums pakāpeniski kļūst par nozīmīgāko parādību sociālajās zinātnēs, un daudzi teorētiķi šīs metodes uzskata par trešo pētniecības pieeju līdzās kvalitatīvajai un kvantitatīvajai pētniecībai, uzsver Plano Klarks un citi autori (Plano Clark et al. 2008: 363).

Jaukto pētniecības metožu kopums tiek raksturots kā modelis datu ieguvei un analīzei, savienojot kvantitatīvos un kvalitatīvos datus pētījumā, tādējādi gūstot iespēju labāk izprast pētniecības problēmu⁵⁸ (Plano Clark et al. 2008: 364). Metožu

⁵⁸ Teorētiķi ir akceptējuši terminu *jauktās pētniecības metodes (mixed methods research)*, lai aprakstītu pieejas, kas apvieno kvantitatīvo un kvalitatīvo pētniecību, bet teorētiskā literatūra ietver arī atsauces uz terminiem *apvienotās metodes (blending methods)* (Rank 1988), *kombinētās metodes (combining methods)* (Rank 1996), *daudzmetožu pētniecība (multimethod research)* (Brewer & Hunter 1989) un *metožu konsolidācija (consolidation)* (Mangen 1995) (Plano Clark, Huddleston-Casas et al. 2008: 1544).

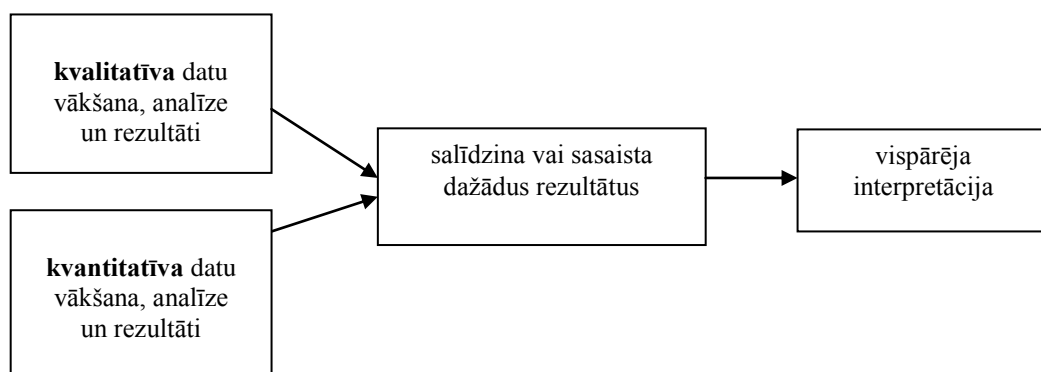
kombinācija pētniecībā var radīt pārlicinošāku pētāmās parādības novērtējumu, jo apvieno statistiskus rezultātus ar stāstījumiem vai citējumiem. Dažādas pierādījumu metodes un avoti atklāj pētījumā specifiskas parādību un procesu daļas, un iespējami precīzāk jācenšas izprast, kā pierādījumi atspoguļo atsevišķo daļu ainu. Piemēram, dziļās intervijas un aptaujas var nodrošināt atšķirīgu priekšstatu par cilvēku izpratni saistībā ar atsevišķiem notikumiem vai lietu stāvokli. Promocijas darba pētījuma intervijās iegūtie dati par ekoloģiskās situācijas Pierīgā vērtējumu, par sadarbību ar vietējo varu bija atšķirīgi gan intervēto respondentu izteikumu salīdzinājumā, gan salīdzinājumā ar kvantitatīvajiem datiem. Lai izprastu indivīdu uzskatus, ir jāiegūst zināšanas par viņus iespaidojošiem apstākļiem un pieredzēm, kā arī zināšanas par plašāku sociālo struktūru kontekstu, kurā šie indivīdi darbojas⁵⁹. Makro un mikro līmeņa pētīšana nav tikai datu saistīšana, bet tas ir jautājums par to, kā pētāmā parādība tiek konceptualizēta (Irwin 2008: 415).

Ir iespējami dažādi jaukto pētniecības metožu modeļi⁶⁰, kuri apvieno kvalitatīvo un kvantitatīvo aspektu. Promocijas darba empīriskajā daļā dažādu datu kopu integrēšanai un analīzei lietots *triangulācijas (triangulation)* modelis⁶¹, kurš, apvienojot divas atšķirīgas datu kopas, no kurām vienai ir papildinošs raksturs, ļauj izprast dziļāk pētījuma tēmu (Plano Clark et al. 2008: 372). *Triangulācija* ir vienas fāzes jauktās pētniecības modelis, kurā kvantitatīvie un kvalitatīvie dati tiek iegūti vienā pētniecības procesa fāzē un parādās kopējā datu interpretācijā (Plano Clark et al. 2008: 373).

⁵⁹ Patēriņa praksi vispārēji ietekmējošie faktori teorētiski analizēti pētījuma 3. nodaļā.

⁶⁰ Pētnieki Plano Klarks un Kresvels līdzās plaši lietotajam *triangulācijas (triangulation)* modelim nošķir vēl trīs pazīstamākos jaukto metožu modeļus. *Izskaidrojošais (explanatory)* modelis ir divu fāžu jaukto metožu modelis, kurā kvantitatīvās un kvalitatīvās metodes tiek īstenotas noteiktā secībā. Pētniecība sākas ar kvantitatīvo datu iegūvi un analīzi, bet kvalitatīvā fāze seko vai arī tiek attiecināta uz sākotnējo kvantitatīvo datu iegūvi un analīzi (Plano Clark et al. 2008: 375). *Pētnieciskais (exploratory)* modelis arī ir divu fāžu jaukto metožu modelis, bet, veicot pētniecību šā modeļa ietvaros, pētnieki sāk ar kvalitatīvo datu iegūvi un analīzi, bet pēc tam nonāk otrajā fāzē, kurā vāc un analizē kvantitatīvos datus. *Iekļaujošais (embedded – burtiskā nozīmē – iegultais)* modelis tiek izmantots situācijās, kad viena veida datiem ir paredzēta atbalstoša, precīzāk, otršķirīga vieta pētījumā un viena veida dati metodoloģiski tiek iekļauti otra veida datos, lai uzlabotu primāro datu dizainu un tad tālāk datus interpretētu (Plano Clark et al. 2008: 377).

⁶¹ Vispārēji ir akceptēts termins *triangulācijas (triangulation) modelis*, bet teorētiskā literatūra ietver arī atsauces uz terminiem *vienlaicīga triangulācija (simultaneous triangulation)* (Morse 1991), *paralēlā pētniecība (parallel study)* (Tashakkori & Teddlie 1998), *konverģences modelis (convergence model)* (Creswell 1999), *laiksakrītīgā triangulācija (concurrent triangulation)* (Creswell, Plano Clark et al. 2003; Creswell & Plano Clark 2011: 77).



4.1. att. Jaukto pētniecības metožu triangulācijas modelis (promocijas darba autores veidots modelis, atsaucoties uz Plano Clark et al. 2008: 372)

Triangulācijas modelis ļauj salīdzināt, pretstatīt vai apvienot kvantitatīvi un kvalitatīvi iegūtu informāciju, kā arī papildināt kvalitatīva pētījuma datus ar kvantitatīva pētījuma datiem. Šādas pētnieciskās pieejas mērķis – labāka pētnieciskās tēmas izpratne, balstoties uz atšķirīgu veidu datiem, kurus *triangulācijas* modelī apkopo, analizē un apvieno kopējai interpretācijai (Creswell & Plano Clark 2011).

Kvalitatīvajiem un kvantitatīvajiem datiem ir līdzvērtīga pētnieciskā vērtība, un abas datu kopas saista kopīga tēma; promocijas darba ietvarā tie ir apstākļi un dzīvesveids postsociālisma piepilsētā Pierīgā. Kvantitatīvie dati būtiski papildina pētījuma objekta, proti, – privātmājas patēriņa prakses – izpratni saistībā ar vietējo vidi. Abas datu kopas analizētas neatkarīgi viena no otras, lietojot noteiktas kvantitatīvo un kvalitatīvo pētījumu datu ieguves un analīzes metodes, kas aprakstītas iepriekš. Lai pētījuma secinājumus saistītu ar abām datu kopām, pētnieks var *iepludināt* viena veida datus otra veida datos (Creswell & Plano Clark 2011:77). Promocijas darba pētījumā kvantitatīva pētījuma – telefonaptaujas – rezultāti kā papildinoša sastāvdaļa *iepludināti* kvalitatīvajā pētniecībā izvirzītajās kategorijās, lai tās bagātinātu un tālākā pētījuma gaitā visus datus interpretētu. Atsevišķās pētījuma vietās šāda kvantitatīvo datu *iepludināšana* ļauj distancēties no kvalitatīvo datu rezultātiem un, izmantojot tiešu salīdzinājumu vai mijiedarbību ar kvantitatīvajiem rezultātiem, padziļina pētījuma analīzi. Piemēram, par iespējām izmantot dažādus pakalpojumus dzīvesvietā, kvantitatīvie rezultāti ticamāk raksturo vispārējo situāciju Pierīgā, jo telefonaptaujā iesaistīti 50 respondenti no katra novada. Kvalitatīvā pētījuma intervijās respondenti raksturo iespējas izmantot pakalpojumus konkrētā dzīvesvietā, kas, iespējams, ir attālu no novada centra. Līdz ar to šāda situācija var nebūt raksturīga visam novadam.

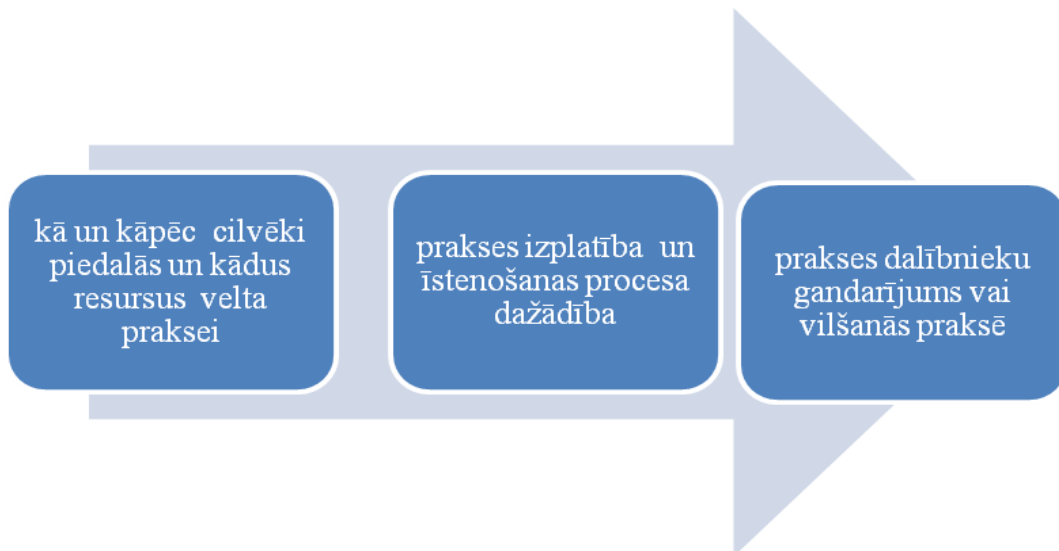


4.2. att. Atšķirīgu datu kopu konsolidēšana triangulācijas modelī

4.2. attēls shematiski atspoguļo *triangulācijas* modeļa izmantošanu promocijas darba pētījumā. Darbā konsolidēti tieši šim pētījumam iegūti un analizēti kvalitatīvi dati un kvantitatīva pētījuma dati, kas iegūti un analizēti iepriekš kā atsevišķs pētījums un neizriet no kvalitatīvajiem datiem. Pētījumā kvantitatīvie dati ir kvalitatīvos datus papildinoši. Kopā ar intervijās iegūtajiem datiem kvalitatīvā pētnieciskā pieejā kodēti arī fotogrāfiju tekstuāli apraksti.

5. PRIVĀTMĀJAS PATĒRIŅA PRAKSES IZPĒTE TRĪS DIMENSIJĀS

Prakses teorija akcentē prakses mainīgumu, arī vērtējot prakses lauku vai ar praksi saistītas apakšsfēras (Schatzki 2001a: 12). Par sociālas prakses īstenojumu var spriest, balstoties uz intervijām vai novērojumiem, un tādēļ ir samērā grūti rezumēt, lai vērtētu vispārīgas prakšu tendences un procesus, jo vispārināšana bieži saistās ar negaidītām ievirzēm, uzsver D. Satertons un viņa kolēģi (Southerton et al. 2012: 239). Prakses pētniecības teorētiskā pieeja rosina pētniecību veikt vairākās dimensijās, analizējot prakšu parādīšanos, izplatību un/vai izžušanu laika un kultūras telpā.

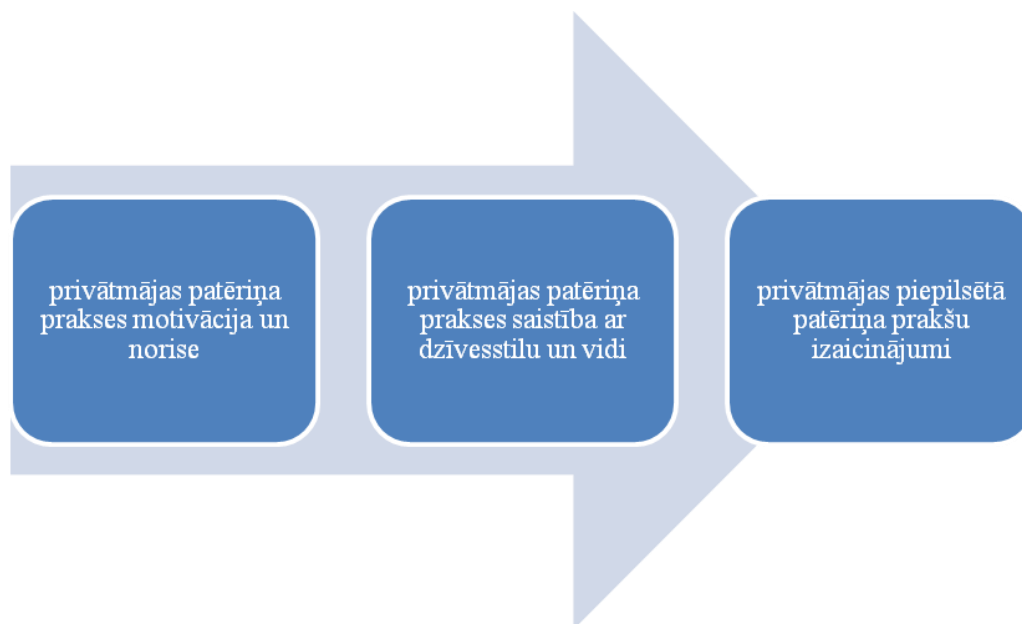


5.1. att. Prakses izpētes trīs dimensijas darba autores veidots modelis, atsaucoties uz D.Satertona pieeju (Southerton et al. 2012)

Privātmājas īstenojuma prakses izpētes pirmā dimensija saistās ar konkrētas prakses veicēju pieaugumu vai samazināšanos, cenšoties izprast, kā un kāpēc cilvēki piedalās, cik daudz laika un cik lielus resursus viņi velta praksei. Otrā dimensija attiecas uz prakses izplatīšanos, un tās īstenošanas procesa dažādošanos. Trešā analītiskā dimensija attiecas uz prakses dalībnieku uzticēšanos, gandarījumu vai vilšanos praksē.

Dalība var ietvert nelielu skaitu pārliecināti iesaistīto praksē, kā arī lielu skaitu nejaušu vai neregulāru prakses dalībnieku. Var vērtēt arī dažādu sociālo struktūru ietekmi. Izvērtējot praksi visās dimensijās, var noteikt tās trajektoriju, ko ietekmē prakses dalībnieku atšķirīgā iesaistīšanās, kas atkarīga no sociāli ekonomiskās un demogrāfiskās situācijas (Southerton et al. 2012: 239). Prakses trajektorijas aprises var iegūt, piemēram, veicot salīdzinošu analīzi laikā. Šāda analīze palīdz noteikt ne tikai prakses trajektoriju, bet arī *ierīces* prakses veikšanai un pārmaiņu procesus. Šāds prakšu analīzes veids, iespējams, rada pētījuma papildus tēmas, kurām jāspēj sniegt bagātīgu kultūras notikumu un nozīmju aprakstu. Privātmājas postsociālistiska patēriņa prakses

pētīšanai tiek lietota Satertona ieteiktā trīs dimensiju pieeja, bet privātmājas patērēšanas prakses trajektorija netiek noteikta, apkopotu ir secinājumi.



5.2. att. Privātmājas Pierīgā patēriņa prakšu izpētes trīs dimensijas darba autores veidots modelis saskaņā ar D.Satertona pieeju (Southerton et al. 2012)

Saistot mājas patēriņa prakses trīs izpētes dimensijas ar jaukto pētniecības metožu pieejā iegūto datu interpretāciju, iezīmējas katrai dimensijai raksturīgās kategorijas. Kategorijas „Normalitātes” izpratnes un atmiņu savijums – motivācija mājas īstenojumam, Būvēšanas praksē veidojusies mājas izjūta, Māja – ģimenes saliedēšanās iespēja, Mājas vides veidošana – analizē privātmāju kā labākas dzīves nodrošinātāju, ļaujot izprast kā un kāpēc cilvēki iesaistās mājas patēriņa praksē. Vienlaikus tās konceptualizē praksei raksturīgo sfēru – ikdienas dzīve. Vairākas citas kategorijas – Piepilsētas dzīvesveids, Jauno privātmāju ģimeņu modeļi, Piederība videi aiz mājas robežām parādās saistībā ar otru dimensiju – prakses īstenojums, kas maina dzīvesstilu un sociālās attiecības. Savukārt patēriņa prakses radītie izaicinājumi atspoguļojas kategorijās: Vietas un politikas saistība, Parāds – patērētāju kultūras pavadonis, Mājas īstenojums – gandarījums vai vilšanās; ar šo kategoriju palīdzību privātmājas patēriņš tiek pētīts saistībā ar trešo dimensiju – prakses dalībnieku gandarījums vai vilšanās un iespējamās pārmaiņas patēriņa praksē.

5.1. Privātmājas patēriņa prakses motivācija un norise

Māju kā fenomenu var pētīt dažādi. Pētījumu virziens, ko pārstāv arhitekti un vēsturnieki, skaidro attiecības starp mājas ēku (*house*) un mājās esamības izjūtu (*home*),

aplūko dizaina virzienus, kā arī pēta telpas organizācijas un iekārtojuma ietekmi uz mājas ideoloģijas jēdziena veidošanos. Tādējādi mājas dizains, iekārtojums un tehnoloģijas uzspiež vai veicina kultūras un vēstures izteiksmes veidu saistību ar cilvēkiem, kuri uzturas šajās mājās (Mallett 2004:66). Otrs pētniecības virziens, kā atzīst Melnburnas Universitātes profesore Šelija Maleta (*Shelley Mallett*), ir pētījumi par ideālo māju – ēku (*house*) vai ideālo mājas izjūtu (*home*). Vēl cita virziena pētnieki analizē attiecības starp ēku un mājvietu, piemēram, atšķirības starp ēku, vietu un mājsaimniecību. Šajās ievirzēs māja tiek priekšstatīta kā darbības vieta un atbilstoši Gidensa teorijai apskatīta, kā vienlaicīga nedalāma telpa un sociāla vienība. Šādā ievirzē mājas fiziskais aspekts, ietverot tās atrašanās vietu, dizainu un apjomu, ietekmē un uzspiež atšķirīgus attiecību un darbības modeļus (Gidenss 1999: 111; Mallett 2004: 68). Mūsdienu Rietumu izpratnē māja ir fiziska struktūra vai uzturēšanās vieta, kā celtnē, dzīvoklis, institūcija vai treilers. Tā ir vieta, kur telpa un laiks tiek kontrolēti un strukturēti funkcionāli, ekonomiski, estētiski un morāli, kur tiek realizētas ģimenes kopīgās vai atsevišķa indivīda prakses (Gidenss 1999; Mallett 2004: 66).

5.1.1. Normalitātes izpratnes un atmiņu savijums – motivācija mājas īstenojumam

Par *normālu* ekonomisko, politisko un sociālo sistēmu tiek uzskatīti tādi apstākļi, kuros ir iespējama sociālā rīcība un privātā dzīve individualitātes veidošanai (Fehérváry 2002: 373). Mājas funkcija realizējas sarežģītās un reizēm pretrunīgās sociālās un kultūras attiecībās ar citiem cilvēkiem, ar ģimeni, ar vietu, telpu un lietām, uzskata Š. Maleta. Māja asociējas ar komfortu, dabisku intimitāti, atpūtu, drošību vai arī otrādi – ar apspiešanu un vajāšanu. Māja var būt personas identitātes izpausme, un tā var konstituēt gan piederības, gan atsvešinātības izjūtas. Tai var būt izšķiroša vieta attiecībās starp ienākumiem un patērēšanu, starp globālismu un nacionālismu, starp pārvaldi un valdīšanu (Mallett 2004). Sociālistiskā patērēšana bija valsts attīstīti un uzspiesti publiski tikumi un privātās dzīves regulācija ļoti lielos apmēros (Patino & Caldwell 2002: 288). Līdz ar to mājas sfēra tika idealizēta kā autonoma vieta un patvēruma no valsts uzbāzības un nomācošiem sociāliem, ekonomiskiem un politiskiem apstākļiem⁶². Postpadomju patērētāju vēlmi dzīvot savrupmājā precīzi raksturojis viens no promocijas darba pētījuma respondentiem.

⁶² Postsociālistiska *normalitātes* izpratne kā ietekmējošs faktors teorētiski analizēta darba 3. nodaļā.

Kopš beidzās padomju sistēma, jebkurš latvietis ir centies rauties laukā no tiem daudzdzīvokļu būrīšiem. Es arī. Man bija sapnis – ģimenes māja. Var būt, ka arī prestiža lieta. Man liekas, ka tas vienmēr ir bijis iekšā mūsu nācijai – dzīvot savā mājā.
(Rolands)

Uzsverot latvisko identitāti, respondents raksturo vispārpieņemtu dzīvesstila stratēģiju.

Vienkārši negribas bāzties nevienam virsū. Un arī man lai nežužina pie auss savu zāles plāvēju.

Cits respondents savu *normalitātes* izpratni apliecina šādi.

Astoņdesmit procenti Rietumeiropas un Amerikas iedzīvotāju dzīvo mājās. Esmu bijis daudzās pasaules pilsētās, un, kad lido lejā, tad ilgo jālido virs privātmājām, un tad ir tikai tā pilsēta, centrs. Cilvēkam dzīves augstākais stāvoklis ir būt kopā ar dabu, kokiem, putniem, nevis Rīgas trokšņiem, smakām, smārdiem, dzērāju bļāvieniem.
(Matīss)

Marija ar vīru ilgstoši sapņojuši par māju, bet naudas trūkums nav ļāvis sapni īstenot.

Īstenībā mēs te staigājām 10 gadus un domājām, ka cilvēki ceļ, ceļ un kā mums gribas, cik viņiem forši, viņiem ābeles un bumbieres, viņiem dārzs un viņiem ir pavasaris, var iziet tepat ārā pie mājas, un viņiem ir dillītes un gurķīši. Un mums arī gribas, bet mums nav naudiņas, nav naudiņas...

Sabiedrība un indivīdi nekad nav šķirti no savas pagātnes, tikai vēsture fokusējas nevis uz kaut ko statisku, bet gan uz ko dinamisku. Robežsituācija starp pagātņi un tagadni ir pārejas periods, kura laikā domāšanas, pašizpratnes un uzvedības robežas ir kļuvušas pielaidīgākas, paverot ceļu kaut kam jaunam (Czepczyński 2010). Vēlmi iegādāties privātmāju un pēc tam izbaudīt gandarījumu par tās esamību vairāki respondenti skaidro saistībā ar pagātnes emocijām un jaunas dzīves iespējām. Tā ir teleoemocionalitāte⁶³, kas ietver emocionālu un loģisku mērķtiecību un ir vajadzīgi cilvēkiem, kuri realizē kādu konkrētu praksi. Daudzi cilvēki pavada savu dzīvi, meklējot īsto māju, kas būtu draudzīga apkārtējai videi un cilvēka eksistencei vai īpaši ideālo māju, kuru realizējot viņi būtu realizējuši arī sevi. Tie ir neskaidri meklējumi, sentimentāls ceļojums zaudētā laikā un telpā (Mallett 2004: 70). Ir dabiski, ka vietas identitātes izjūta ir izplūdusi un arī ka vietām nav būtiskas vai fiksētas pagātnes. Tomēr tas nenozīmē, ka atmiņām nav nozīmes, uzskata Maleta, kaut arī atmiņas nevar būt drošs mērs, jo bieži tās ir nostalgiska ilgošanās pēc kaut kā, kas varētu būt bijis ideāls

⁶³ Vairāk par to promocijas darba 2. nodaļā

pagātnē. Māja satur kopā atmiņas, ilgas, kā arī idealizāciju un emocionāli pozitīvu vai negatīvu novērtējumu – uzskata Maleta.

Viena no respondentēm savu Pierīgas mājas īstenojumu balsta atmiņās par padomju laika dzīvošanu *dāčā*⁶⁴.

..daudzus gadus, kad auga dēls, īrēju visādus ūkus vasarās, lai tikai būtu ārā no pilsētas un parasti pie jūras. Šī nomācošā sajūta, ka jāstiepj līdzī visa iedzīve, jāguļ vecās izgulētās tahtās... (Monika)

Arī Monikas *sapnis par māju* tik un tā atspoguļo pagātnes pieredzi.

Gribējās veco laiku romantisku vasarnīciņu pie jūras, ērtības nebija svarīgas, jo tā biju vasarās dzīvojusi jaunībā.

Priekšstatu par *māju* bieži veido atmiņas par vecāku vai vecvecāku mājām.

Mamma teica, ka esmu uzbūvējusi māju, kāda bija vecvecākiem. Vecvecāki bija saimnieki Balvu pusē Rugājos. Redzējusi neesmu. Sajūta man no tēva puses vecvecmamma, kur bija mūra mājas, kūtis. Riktīgiem bēniņiem, viss pamatīgs. Rīgā arī var redzēt tādu veco stilu – pildrežģis. (Maira)

Tikpat labi izšķiroša nozīme var būt vēlmei tieši attālināties no pazīstamas, ar bērniību saistītas vides, ja tā nav bijusi mīļa un pasargājoša. Marija negrib savu dzīvi asociēt ar laukiem.

Es esmu pati no Daugavpils, mani vecāki bija no Jēkabpils rajona, vispār no laukiem. Man tuvākie kaimiņi bija vienu kilometru prom, es sapņoju izrauties no turienes prom, lai būtu cilvēkos, lai būtu veikali, lai būtu kinoteātri, lai būtu klubi, lai būtu nu kaut kas.

Īpašas pārmaiņas piepilsētas mājas iegāde sagādājusi tiem respondentiem, kuri iepriekšējā dzīves posmā mitinājušies Rīgas centrā. Pēteris ir pensionārs un pārcelšanās uz Pierīgu notikusi saistībā ar meitas ģimenes patēriņa praksēm. Pēteris piepilsētu uztver kā laukus:

Tas ir superīgi, ka tagad lauku māja, ka varu iziet pagalmā. Nodzīvoju 25 gadus uz Doma laukuma. Izeju ārā – nav kur iet, vieni dzērāji. Aizej uz kafejnīcu, iedzer 100 gramus, un visa nodarbe. Ar bērniem ej uz parku, pa zālīti staigāt neļauj. Tā bija. Tagad ir, ko darīt.

Attiecības starp māju un atmiņām ir sarežģītas un izplūdušas, un mājas pieredzes un atmiņu nozīmība ir jāvērtē dažādos dzīves posmos, dzimtas un ģimenes saistībā.

Tēva māja ir kaut kas cits, bet te ir tāda kā kopiena, to es neuzskatu par tēva māju. Man tāds stereotips par māju ir lauku māja ar lieliem plašumiem. (Silvija)

⁶⁴ Par *dāču* pieredzi vairāk promocijas darba 3. nodaļā.

Cits respondents (Pēteris) iepriekš apgalvoja, ka tieši Pierīgas mājā jūtas kā laukos. Interviju teksta kodēšanā parādījās vairākas temati, kuru savstarpējā saikne norādīja uz mājas īstenojuma motivāciju. Viens no šādiem tematiem bija: “*kas ir piepilsēta – lauki vai pilsēta?*”. Atšķirības izjūtās par piepilsētu kā dzīvesvietu⁶⁵ ļauj īstenot privātmājas patēriņu indivīdiem ar dažādu emocionālo un loģisko rīcību (teleoemocionalitāti) prakses īstenojumā. Vairāki respondenti privātmāju piepilsētā saista ar “lauku” vidi, bet citi uzsver, ka negrib dzīvot „laukos” un tāpēc patērē māju piepilsētā. Dziļāka izpratne par jēdzieniem *pilsēta* un *lauki* iegūstama, noskaidrojot attiecības starp vidi un indivīdu (Kūle 2008: 10). *Pilsētnieciskums (urbanity)* un *laucinieckums (rurality)* ir ideāli modeļi vai reālās pasaules vienkāršojumi, uzskata Laila Kūle, un tie balstīti uz pieņēmumu, ka pastāv būtiskas atšķirības starp cilvēkiem, kuri dzīvo pilsētās, un tiem, kuri dzīvo laukos. Stereotipi par laukiem un pilsētu ir daudzdimensionāli un ietver prasības videi, būvniecībai, resursu pieejamībai, saimnieciskajām izmaksām, dzīves kvalitātei, kontaktiem starp indivīdiem, kā arī vērtībām un iespējām.

5.1.2. Būvēšanas praksē veidojusies mājas izjūta

Māja kā lieta un mājas stils pārsniedz materiālā un estētiskā sfēru, atzīst Ī. Vudvords, piešķirot patēriņa objektiem morālu spēku, kura robežas nosaka un uztur pats patērētājs. Līgas un Daiņa ģimene jau iepriekš dzīvoja labiekārtotā plašā mājā. Tomēr, kā stāsta Līga, gribējās vēl labāku un lielāku, tāpēc nopirka zemes gabalu blakus esošajai mājai. Dainis stāsta, ka ņemts kredīts, bet, pārdodot iepriekšējo māju, to izdevās nokārtot.

2005. gadā iegājām jaunajā. Individuāls projekts. Galvenā doma, lai guļamistabai blakus ir tualete. (Dainis)

Mairas stāsts par mājas īstenojumu ietver *demonstratīvā* patēriņa iezīmes⁶⁶.

Gribēju, lai māja nav tāda kā citiem, lai viss ir dabīgs, no dabīgiem materiāliem. Tas pildrežģis, kādu gribējām, sanāca ar augstiem griestiem. Ir arī kādi 100 kvadrātmetri

⁶⁵ Vairāk par to promocijas darba 3. nodaļā.

⁶⁶ 2009. gadā laikrakstā “Diena” Mairas ģimenes mājas īstenojuma prakse aprakstīta, kā apbrīnas vērtā (lai gan pieminēts, ka tiek domāts par mājas pārdošanu): “Pildrežģu sienas celtas no Liepājas Kara ostas ķieģeļiem. Tie nav apmesti, nav pārtonēti. Pamatīgas ir griestu un durvju sijas. Celtnieki tās veda no simtgadīgām nojaucamām mājām, zāģēja un piemēroja topošajai ēkai. Otrā stāva balkona margas un pamatīgās kāpnes uz otro stāvu darinātas no U-veida metāla leņķa, tas pats materiāls izmantots spoguļa rāmim priekšnamā. Patīkams akcents – metālam caurvītas smagas virves jeb tauvas.”

bēniņi, kas netika izmantoti. Būvēja restauratori, tāmes auga katru dienu, arī cenas. Gribējām lielu māju, bet iznāca vēl lielāka, iznāca 280 m² ar garāžu (sk. 5.8. att.).

Mairas sapnis pat pēc mājas zaudējuma (nespēja maksāt kredītu) nav mainījies.

Es gribētu dzīvot kādā vecā mājā mansardā. Kur nāk līdzīvecās sajūtas, vecie dēļi, kaut kāds ķieģelis. Viss senatnīgs ar dziļumu un pamatīgumu. Patīk arī modernais, bet kas nav tāds pārmākšlots.

Te var saskatīt apliecinājumu Vudvorda teorijai par paša patērētāja izveidotām robežām un to uzturēšanu. Arī cita respondente stāsta par mājas patēriņa robežām, kuras vēlas paplašināt.

Apbraukājām visu Juglu Rīgā, ieraudzījām māju, aizvedām savu arhitekti un teicām, ka tāda patīk. Man patīk, ka nevar redzēt jumtu mājai, tas man arī nostrādāja. Visas mūsu istabas ir augšā, tai skaitā kabinets, lejā tikai tusiņu telpas. Lejā ir 70 kvadrātmetri, ja tagad būtu jābūvē, es būvētu vēl lielāku. Ja grib iekšā spēlēt galda tenisu, tad dīvēni jāpārbīda. Gribētu tā – sēdi kāju pār kāju un skaties, kā spēlē galda tenisu. To mēs izdarīsim Madonā, kur celsim māju nākamgad. Madonas māja būs tāda, kur atslēdzu visu un skatos uz mežu. (Lauma)

Robežas paplašinās arī privātmāju būvniecībā pielietojamo materiālu izvēlē, jo īpašnieki priekšroku dod dabiskiem materiāliem, piemēram, kokam, akmenim, niedru jumta klājumam, nevis masveidā ražotiem materiāliem, kas tika izmantoti būvniecībā sociālisma apstākļos.

Te viss no jauna...Metāls patīk, metāls. Akmens patīk. Man no tā nāk enerģija. Flīžu grīdas, nekādus kokus nevajag, siltās grīdas (Lauma) (sk. 5.12. att.).

Sabrūkot sociālismam, pārmaiņas būvmateriālu produkcijā, radīja bezdibeni starp jaunajos laikos būvfirму celtajām privātmājām un mājām, kuras to īpašnieki būvējuši pašu spēkiem. Sāka pieaugt mūrnieku, elektriķu, santehniķu darba cenas. Tomēr daļa jauno piepilsētas privātmāju īpašnieku joprojām aktīvi piedalās būvēšanas procesā gan ar savu darbu, gan uzraudzību. Mājas būvniecībai īpašnieki izmanto dažādus modeļus. Izplatītākais – algoti tiek dažādu darbu strādnieki un speciālisti, bet vadību uzņemas paši saimnieki.

Kad redzēju, kā flīzes liek, domāju, ka nav labi. Es esmu inženieris mehāniķis. Celtniecībā tieši neesmu strādājis. Pats uzbūvēju lapeni. Es jau pats esmu daudz ko darījis pie mājām. Savā mājā elektrību un santehniku paši savilkām. (Pēteris)

Vairāki respondenti stāsta, ka paši nav gribējuši piedalīties mājas celšanas procesā un visu uzticējuši būvniecības firmām vai arī iegādājušies gatavu māju jaunās apbūves ciematā. Šādi patērētāji bieži izvēlas jau gatavus māju modeļus, kuriem nav

raksturīgs izsmalcināts stils vai kādas īpašas prasības (sk. 5.5. un 5.34. att.). Jaunās mājas atšķiras ar materiāliem, tehnoloģijām, celtniecības metodēm un demonstrē piederību turīgākam slānim, tomēr apliecina arī “atļaušanos vai ierobežojumus”.



5.3. att.



5.4. att.



5.5. att.



5.6. att.



5.7. att.



5.8. att.

5.3.– 5.8. att. Jaunajam vidusslānim raksturīgais privātmāju būvniecības stils Pierīgā

Piepilsētas māju būvniecībai raksturīgas gan vairākstāvu, gan vienkārtas ēkas. Īpašniekiem ēkas ievietošanās apkārtējā ainavā ne vienmēr ir bijusi svarīga: divas viengimenes mājas iebūvētas pļavā (5.6. att.); ceļš, kas ved gar māju, ir slapjš un dubļains (5.7. att.); zāliens ap māju netiek īpaši kopts, zālienā novietots āra plastmasas peldbaseins (5.5. att.). 5.3. attēlā redzamā māja lepojas ar iekļaušanos gleznainā ainavā no tālāka skatupunkta, tomēr šīs privātmājas koptā teritorija ir vienīgā plašajā apbūvei paredzētajā zemes gabalā, arī 5.4. attēlā redzama liela māja, kas uzcelta plašā zemes gabalā attālu no citām apbūvētām vietām. Dažai Pierīgas privātmājai raksturīgs ekskluzīvs būvelements – pildrežģis⁶⁷ (5.8. att.). Šobrīd blakus šai izsmalcināta stila mājai uzbūvēts daudzdzīvokļu nams, un vizuālā ainava ir degradēta.

Līdzīgas sociālās un patēriņa prakses var tikt realizētas ļoti atšķirīgi, to nosaka gan praksē iesaistīto indivīdu izpratne, vajadzības, pieredze, kultūras un ekonomiskais kapitāls, varas un institūciju ietekme un vēl dažādi faktori. Saistībā ar promocijas darba pētījumu autore apmeklēja Brēmenes piepilsētu Vācijā, lai intervētu tur dzīvojošu bijušo Pierīgas iedzīvotāju, kuras privātā pieredze saistās gan ar privātmāju Pierīgā, gan arī ar mājas īstenojumu Brēmenes piepilsētā Zīkē (Syke).

Daudzas ģimenes Vācijā pērk vecās vācu mājas. Mēs arī tādas neskaitāmas apskatījām, vecās zemnieku sētas. Bet tas ir maiss bez dibena – ļoti lieli ieguldījumi. Zemi piepilsētās patur tie, kuri viensētās uzsāk savu biznesu – lauku tūrismu, zirgus, piemums [Zīkē] vairāk nodarbojas ar lopkopību. Māju cenas ir no kādiem 58 tūkst. eiro par 100–120 m² lielu māju, bet, ja grib ievērojami lielāku, ar iekoptu ziemas dārzu, tad mājas cena sasniedz jau 500 tūkstošus eiro. Mūsu māja apmēram tāda. (Kaīna)



5.9. att. Savrupmāja Brēmenes piepilsētā



5.10. att. Savrupmājas ziemas dārzs

5.9.–5.10. attēlā redzamo savrupmāju Brēmenes piepilsētā Zīkē rotā ziemas dārzs un kopta mājas apkārtnē. Stiklotā atpūtas telpa ar kamīnu un skatu uz dārzu īpaši mājīga ir ziemā.

⁶⁷ Viduslaiku ēku celtniecības paņēmiens, kas radies Vācijā. Pildrežģa būvi veido no tumši krāsotu koka siju karkasa, ko aizpilda ar apmestu mūri. Režģu būves bija vienkārši un lēti būvējamas, ilgmūžīgākas un drošākas pret aizdegšanos nekā koka apbūve. Tās ir daudzu vecpilsētu vizuālā dominante, sastopamas arī Latvijā, piemēram, Vecrīgā, Kuldīgā. *Tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošā vārdnīca*. Rīga, 2008.

5.1.3. Māja – ģimenes saliedēšanās iespēja

Daudzas ģimenes uz savu *sapņu* māju virzījās pamazām, vispirms iegūstot zemi apbūvei, tad, pārvarot dažādas problēmas un grūtības, īstenoja ēkas būvniecību. Arī Marija stāsta, kā aizņēmas naudu un pamazām tuvojās izsapņotajai mājai.

Paņēmām pirmos 10 tūkstošus un ielikām pamatus, dabūjām ūdeni, urbumu un elektrības pieslēgumu, tad mēs ieķīlājām jau zemi ar pamatiem, bija nulles variants un dabūjām nākošo summu, jau citu kredītu, mums iedeva kaut kur 33 tūkstošus eiro, un tad mēs uztaisījām visu to māju...

Māja ir vide, ko apdzīvo ģimene ar savām lietām un iedzīvi; tā ir pazīstama, arī komfortabla telpa, kurā tiek īstenotas noteiktas aktivitātes un attiecības (Mallett 2004: 63). Mājas iegādes ideja bieži saistās ar jaunas ģimenes izveidošanos.

Apprecējos, piedzima dēls, nopirkām lielāku dzīvokli Vangažos. Izdomājām, ka vajag savu māju. Atradām Inčukalnā. (Liene)

Indivīdu biogrāfija un politiskā sistēma maina pieņēmumus par mājas īstenojuma praksēm, un mājvietas veidošanu var uzsākt arī pusmūžā. Sociālisma valstī ģimenei atsevišķas dzīvesvietas ieguve pusmūžā bija likumsakarīga. Arī postsociālismā daudzas ģimenes un indivīdi īsteno *sapni* par savu māju, būdami jau pusmūža gados, ja iepriekš tāda iespēja nav bijusi. Pētījumā intervēts respondents, kurš māju iegādājās, būdams tuvu pensijas vecumam. Matīsa laulība tika šķirta, un kopējo ģimenes māju viņš atstāja bijušajai sievai. Matīss uzskata, ka ģimenei jādzīvo mājā, bet, ja gadās *paklupt*, proti, šķirt laulību, tad var kādu brīdi dzīvot dzīvoklī. Šādā interpretācijā dzīvoklis netiek asociēts ar pilnvērtīgu un cienīgu mājokli pat „brīva statusa vīrietim”.

Māja, saliedē, ja ir ģimene. Arī viens cilvēks var būt “saliedēts” – tu zini katru stūrīti, kā tas un tas ir būvēts, cik daudz zemes ir pārdzīts, kā veidota apkārtnē. Es tur kādas simts tačkas ar zemi esmu pārdzinis. Katrs pauguriņš ir zināms, kā veidojies. Tas arī saliedē. Veselu vasaru dzinu zemi, kārtoju apkārtni. Paša ieguldītais darbs ir cita vērtība, nekā nopirkts kaut kas gatavs. (Matīss)

Tādējādi māja kļūst par dzimumsocialitātes, šajā gadījumā vīrietības, un sociālā statusa apliecinātāju. Turklāt mājas īstenojums kā sociālā prakse sniedz milzīgu morālu gandarījumu un prieku par paveikto. Ģimeņu pieredze, protams, ir atšķirīga, bet vairāki

respondenti uzsver, ka nekas tā nesatur kopā ģimeni, arī paplašinātu ģimeni⁶⁸, kā kopīga celtniecība, un nav labākas iespējas attīstīt dažādas tehniskas prasmes, kā pašiem konstruēt. Jauno māju īpašnieki iemācās instalēt, labot elektroietaisies, apgūst santehniķa darbus.

Paši piedalījāmies arī būvē un šo to pārprojektējām. (Maija)

Mājas tapšanā tiek iesaistīti arī tuvinieki – dažādu profesiju pārstāvji, un iznākums šādai sadarbībai mēdz būt dažāds – gan veiksmīgs, gan ar pārmētumiem un konfliktiem.

Pirmajai mājai, kur meita dzīvo, apdari pabeidzām ar znotu, bet otro paši uzcēlām. Tā pirmā māja ir slikti uzcelta. Mūsu māju jau projektēja mana māsa. (Pēteris)

Mans brālēns ir arhitekts, viņš projektēja un krāsas izvēlējās. Pārējo izdomājām paši. Virtuves mēbeles taisīja brālis, viņš ir mēbeļu galdnieks. Plauktus, skapjus, visu ko. (Lauma)

Postsociālisma patērēšana ģimenēm piedāvāja jaunu savstarpējo attiecību veidošanas formu – kopīgus kredītus. Kredīti ir kopīgi vecākiem un pieaugušiem bērniem, veidojot gandrīz nešķiramu paplašinātas ģimenes locekļu savstarpējo saistību.

Mājai ir ekonomiskais variants – tā kā divas mājas atsevišķi. Meita varēja paņemt kredītu uz 25 gadiem. Mēs esam galvotāji. (Aleksis)

Dažkārt māja tiek būvēta iedomātai ģimenes kopā būšanai – atbrauks bērni, būs kur palikt. Nostalģija pēc ģimenes modeļa, kurā bērni vēl bija mazi un vecāki jauni, mudina radīt iluzorus apstākļus, mēģinot it kā apturēt laiku, gaidot *viņu* (bērnu) atbraukšanu. Līga un Dainis savas kopdzīves laikā ir uzbūvējuši jau otru māju. Pirmajā mājā izauga bērni, kuri kopā ar vecākiem vairs nedzīvo. Otrā māja, plašāka un modernāka, tapa netālu no pirmās. Abi ir materiāli nodrošināti un labprāt nodarbojas ar mājas un apkārtējās teritorijas kopšanu. Mājas otrais stāvs netiek regulāri izmantots.

J.: Ko darāt otrajā stāvā?

Dainis: Es neko nedaru. Tas bērniem, kad atbrauc ciemos, tad tie tur. Katram dēlam sava istaba. Bērni gribēja atsevišķi, meitenes arī parādījās.

⁶⁸ Paplašināta ģimene – vienība, kurā ir divas vai vairākas pamatģimenes, ko vieno vecāki, bērni vai citi brāļi un māsu attiecībās saistīti radnieki – <http://www.letonika.lv> (skatīts 05.06.2013.).

Jauna privātmāja paplašinātās ģimenes attiecības var arī vājināt. Iepriekš tika braukts *uz laukiem pie radiem*, turpretī sava piepilsētas māja šādu komunikāciju nereti ierobežo.

Modrim arī ir [mātes māja] – laukos tālu prom. Kopš māja te, reti braucam. (Silvija)

Māja vispirms simbolizē *ģimenes mājokli* saistībā ar piedzimšanu un bērnību, kā arī ģimenes attiecības un dzīves gaitu konkrētā vidē, kurā bērns izaug un, pieaudzis būdams, parasti to atstāj (Mallett 2004: 74). Māja, kurā esam dzīvojuši kopš dzimšanas, ir iekodēta mūsos visa mūža garumā. Sociālismu piedzīvojušām ģimenēm saite ar *māju* veidojas vairāk emocionāla, nekā pārdomāti praktiska, daudzu biogrāfisku un politisku aspektu ietekmēta. Cilvēku aktivitāte dažkārt ir slikti saskaņota ar apstākļiem, un to ietekmē tādi fenomeni, kā emocijas un noskaņojumi, kas ne vienmēr ļauj kļūt „praktiskiem” patēriņā.

5.1.4. Mājas vides veidošana

Fenomenologu pētījumos par māju parādās pieredze *būt mājās*. Šajā izpratnē *būt mājās* ir galvenokārt darbība, esamības stāvoklis, kurā nepieciešams noteikt fiziskas atrašanās robežas. Definēt mājas būtību, fokusējoties uz praksi, nozīmē izprast, kā atšķirīgos veidos cilvēki veido un izjūt māju, nevis izzināt to, ko viņi domā par māju (Ingold 2000: 172–189). Te parādās attiecības starp indivīdiem un objektiem, balstoties uz izpratni un pieredzi, kas ikdienas dzīves kontekstā dzīvošanas vietu pārvērš par *mājām* (Despres 1991: 101). Šie mūsdienu dzīves procesi ietver zināmas aktivitātes (mājas iekārtošana, apkopšana), kā arī sezonālus (dārza darbi) un cikliskus notikumus (dažādi svētki).

Visu iekārtojām paši, vīrs koridora skapjus taisīja pats, lai lētāk. Pats zīmēja, urba, ņēmās. Tur krita un nesanāca, beigās jau ir labi. Visu darījām kopā. Mamma palīdzēja ar tehnikas iegādi. Gribējām visu tādā jaunā stilā. Lai būtu kaut kas mūsdienīgs. Varbūt kādreiz kamīnu. (Liene)

Jauno piepilsētas māju iekārtojumā stilu atšķirības iezīmē ģimenes iepriekšējā pieredzē balstīta vērtību un gaumes izpratne. Gados jaunāki īpašnieki savas mājas cenšas iekārtot moderni, izmantojot metālu, stiklu, arī mēbeļu dizainam raksturīgākas funkcionālas un lakoniskas iezīmes. Vidējās paaudzes ģimenēs vērojama nostalgija pēc priekšmetiem ar vēsturi un atmiņām. Rolanda ģimene apdzīvo gandrīz 300 m² lielu

māju Pierīgā, meža un upes attekas ielokā, tuvākos kaimiņus grūti saskatīt. Blakus dzīvojamai mājai ir pirts un atpūtas māja, kurā Rolands novieto *lietas ar vēsturi*:

Es neesmu tāds, lai pirktu lustru, apvilktu ar zebras ādu. Braucām no Subates no kapu svētkiem, nopirku vecus zirga ratu riteņus par 5 latiem, tagad tie te labi izskatās. Uztaisīju lustras. Nepirkšu tādas lietas, ko nesaprotu – tikai tāpēc, ka tas ir kičīgi... Ir tādas mantas ar vēsturi. Sievas opja pulkstenis. Vecais veļas rullis, manas vecmāmiņas; melleņu kombains arī vecmāmiņas. Tas mikseris, sievas mammas. Šīto ragu atradu, puika būdams, ejot mammai līdz dzērveņu purvā. To Afrodīti atvedu no Atēnām, kad zagām tos kapitelus, pa jokam. Šīto briežādu uzdāvināja 15 gadu kāzu jubilejā.

Respondenti stāsta par pieredzi mājas iekārtošanā, apvienojot jaunas un senas lietas.

Iekārtot māju man ļoti patīk, pat vairāk, nekā tajā dzīvot. Patīk senas lietas apvienojumā ar modernām. Labas un lētas mēbeles un sadzīves tehniku nopirku izsolēs. Vairākas lietas mājā ir pirktas, lai atgādinātu tās seno vēsturi: senlaicīga gulta, spogulis, lampa. (Monika)

Iekārtot dzīves telpu nozīmē pieņemt lēmumus ilgākam dzīves periodam, un tas nebūt nav vienkārši. Patēriņa preču iegāde bieži saistās ar iespējām vilties patēriņā, jo *sapnis par māju* balstās vīzijā par skaisto, ērto un piemēroto.

Mums vajag, lai ir ērti. Paši veidojam telpu dzīvošanai. Lai būtu viegli tīrīt, praktiski. Mēs pērkam mantas, kas mums patīk, bet kas nav nekādi stila priekšmeti. Jā, ir viena glezna dārga, bet tas tā kā ieguldījums, pensiju fonds, ha, ha! Visu ļoti saskaņojam. Tā kā abi esam neizlēmīgi, tad grūti pieņemt lēmumu. Minstināties. (Līga)

Arhitekts Aleksis ar sievu Jadvīgu dzīvo paša projektētā, luksusa līmeņa dizainētā un mēbelētā savrupmājā. Šķiet, ka nopirkts viss dzīvei nepieciešamais. Tomēr mūsdienās raksturīgajai pirkšanas vēlmei bez konkrēta mērķa ir spēcīga ietekme.

Ir daudz mantu, ko nopērkam ārzemēs. Bet atbraucam mājās, un tās mantiņas stāv neizpakotas, šeit mājās ir citāda sajūta. Tās turku krūzītes – ko tu te, tajā latviešu dārzā sēdēsi un to turku tēju dzersi? Visu, kas neder, vedam uz laukiem vai izmetam ārā.

Respondentu atbildes gandrīz precīzi var iedalīt divās pieejās mājas iekārtošanai paredzēto lietu iegādē: vai nu izteikta taupība un šaubas par izvēlēto pirkuma piemērotību, vai arī augsta līmeņa patēriņa ieceres un to īstenojumi.

Stāsta Modris un viņa sieva Silvija, abiem patēriņa prasības nav augstas.

Televīzoram jau 20 gadi, arī telefonam 7 gadi. Neko īpaši nepērkam, neko īpaši laukā nemetam... (Modris)

Es īsti neatšķiru kristālu no stikla un zeltu no bižutērijas. Man arī mīļākais ēdiens ir vārīti kartupeļi un biežpiens vai kaut kādas piena putras – to varētu ēst un ēst. Modris

jau praktiski skatās uz tām lietām, jo, ja sunis tur ielēks, kas tad būs? Tā lieta ir sarežģīta... Meita saka, ka virtuvei vajadzētu būt lielākai... Izcīnām cīņas... Tas mums ir smagi, sāpīgi. Mums nav tā, kas māju dara mājīgu – aizkaru un lustru... (Silvija)

Abu meita Asja, studente: *Tētis visu aizliedz...*

Modris aizstāvas: *Man mobilais septiņi gadi iet... Ir cilvēki, kas to vien dara, kā maina tos telefonus. Ja pērkam kaut ko, tad kaut ko normālu, pareizi?*

Vairāki respondenti stāsta par savas ģimenes taupīgumu, iekārtojot jauno privātmāju.

Mums ir sekcija, ko pārvietojām vairākas reizes. Par minimālu naudu gribējām iekārtot, arī vecās lietas ņēmām. Televizoru nopirkām jaunu, vecais bija desmit gadus vecs. (Andris)

Atsaucoties uz Burdjē teoriju par *habitus* atbildību ne tikai par darbībām, bet arī par domām, saprašanu, motivāciju un uztveri, jāatceras, ka šī stratēģija gan ģenerē darbības, gan arī izvēlas, kuras darbības ģenerēt. Tādējādi *habitus* “atlasītās” darbības izskatās saprātīgas un pieņemamas arī citiem indivīdiem, kas ir saistīti ar to pašu praksi un noteikumiem, un darbību atlase pakļaujas tam, ko Burdjē sauc par *praktisko loģiku*. Ģimenes locekļi ir saistīti ar kopīgām ikdienas dzīves patēriņa praksēm un samērā līdzīgi izprot *praktisko loģiku*. Teorētiski dažas *habitus* šķautnes rada *praktiskā jēgu*, rutīnas un modeļus, kas attīsta indivīdu darbības konkrētajā laukā, savukārt citas šķautnes tam pašam *habitus* nāk no citiem laukiem un var iesaistīties sacensībā un kļūt vadošas (Bigo 2011: 243). Tādējādi ģimenē ieaudzinātie patērēšanas ieradumi ilgstoši var būt dominējoši, bet kā jaunieta Asjas gadījumā pašas atziņas un vērtības, kas veidojušās ārpus tēva mājas, sāk iebilst tēva pieticīgajām patēriņa stratēģijām (“*Tētis visu aizliedz...*”), arī Silvijas patēriņa vēlmes nav guvušas apmierinājumu (“*Izcīnām cīņas... Tas mums ir smagi, sāpīgi. Mums nav tā, kas māju dara mājīgu...*”).

Marija un Juris kopā ar meitu studenti dzīvo gatava projekta privātmājā, ko ieskauj paliels zemes gabals, kuru neizdodas īsti iekārtot un apsaimniekot. Tomēr Marijas patēriņa sapņi vēl nav piepildīti.

Es gribētu arī lielu māju ar kolonnām un lielu zāli!

Jurim, Marijas vīram, viņas vēlmes šķiet pārspīlētas.

Kā tu viņu apkurinātu? Ko mēs darītu tajās 7 istabās? Sunim viena, kaķim otra?

Marija turpina, iespējams, ar nelielu ironijas pieskaņu.

Man tik un tā patiktos dzīvot pilī. Gribas greznību, lielu telpu gribas, lai mani apkalpo, gribētos kalponi mājās, dārznieks, lai būtu. Man gan negribētos neko darīt. Labāk komandēt un izrīkot, kas jādara.

Patērētāji savas vēlmes apzīmē ar dažādām metaforām un tādējādi parādās motivācija⁶⁹, uzskata Belks (Belk et al. 1996). Turklāt metaforas var attaisnot vēlmes, liekot tās uztvert kā vajadzības un pārvēršot lieku par būtisku (piemēram, “gribējās veco laiku romantisku vasarnīciņu”, “mājā akmens patīk – no tā nāk enerģija”, “māja saliedē”, “ir viena glezna dārga, bet tas tā kā ieguldījums pensiju fondā”, “māja ir vīrieša goda lieta”).

Vēlmu fenomena akcepts patēriņā būtiski atšķiras no loģiskas un utilitāras patērētāju uzvedības izpratnes. Cilvēka eksistences pamatvajadzības – ēšana, dzeršana, partnera atrašana – izraisa spēcīgas kaislības vai vēlmes; iespējams, cilvēki izjūt līdzīgu ilgošanos arī pēc citiem patēriņa objektiem. Metaforas, ko cilvēki lieto patērēšanas raksturojumam, kļūst par indulgenci vēlmēm, padarot tās par nekontrolējamām, dabiskām, bet dažkārt pat dzīvnieciskām vajadzībām (Belk et al. 1996: 369). Kempbels patērētāju vēlmes saista ar romantisma ētikas fantāzijām, ko uzskata par modernā indivīda raksturīgu iezīmi. Modernā laikmeta ilgu hedonisms vēlmes uzskata par patīkamu diskomforta stāvokli, un *gribēšana*, nevis *iegūšana*, ir galvenā baudu meklējumos (“gribas greznību, lielu telpu gribas, lai mani apkalpo, gribētos kalponi mājās... labāk komandēt un izrīkot”).

Vairāki intervētie jauno privātmāju iemītnieki māju iekārtošanā pielieto stratēģiju, kura esošos sadzīves priekšmetus apvieno ar dažiem ekskluzīviem priekšmetiem, atsaucoties uz kādu īpašu dzīves filozofiju.

Vienīgā jaunā lieta, ko nopirkām pa dārgo, bija ortopēdiskie matračī visiem. Visas vecās tahtiņas tika pielāgotas. Visiem likās, o, labi! Mana dzīves filozofija ir ekonomika un ekoloģija – recycling lietas. Jo tukšāka telpa, jo vairāk dvēseles – tā domāju – mājas iekārtošanā. (Maira)

Indivīdu vēlmes patērēt, lai apmierinātu savas fantāzijas, kļūst gandrīz nepiepildāmas (Campbell 1987). Bet tirgus ekonomikas pamatā ir patērētāju vēlmu un vilšanās radīto fantāziju īstenošana materiālā vidē, solot šo fantāziju piepildījumu.

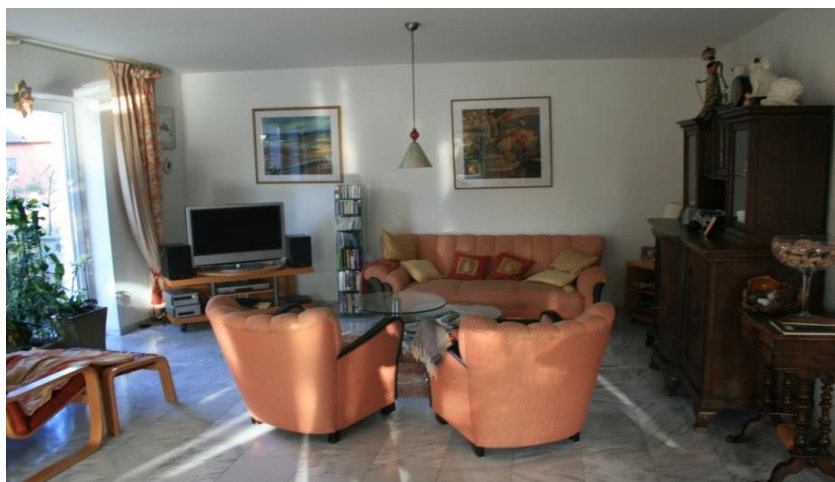
Tā kā tu gribi, tam vajag baigo laiku un līdzekļus, bet tā, kā vajag šobrīd, tad to, ko vari, to arī iegādā. Šie dīvāni, nedomāju, ka viņi man patīk. Nopirkām pirms gada, kad

⁶⁹ Ētikas un emociju aspekts patēriņā, iezīmējot vēlmu fenomena lomu, analizēts promocijas darba 3. nodaļā.

pirku, likās tīri normāli. Gribētos kaut ko košāku. Kad sāc dzīvot, tad saproti, ka gribi savādāk. (Silvija)

Mājas iekšpuse nejaušam garāmgājējam paliek apslēpta. Tomēr *ģimenes telpa* nav tikai publiska vai tikai privāta, un tās nozīme mainās saskaņā ar iemītnieku un viesu attiecībām. Objektam mājas iekšpusē, ietverot stilu un gaumi, vairāk ir publiska statusa loma, atzīst Vudvords. Tie kalpo ģimenes attiecību veidošanai vai arī pašcieņai. Mājas interjers ne tikai rāda personas izvēli, bet arī saskaņu vai kontrastu ar vidi. Individū attieksmi pret mājas iekārtojumu, dizainu, mēbelēm, sadzīves priekšmetiem lielā mērā ietekmē ģimene, finanšu un kultūras kapitāls, vēsturiskā pieredze. Brēmenes piepilsētā dzīvojošā latviete Karīna ilgstoši vērojusi vāciešu attiekami pret mājas iekārtošanu.

Vācieši vecas mājas lietas, mantotas no vecākiem, nemet ārā un uzskata, ka modernais dizains ātri pāriet un ir izmetams ārā. Jaunieši savas mājas tagad iekārto septiņdesmito gadu stilā. Runājot par sadzīves tehniku, Vācijā ir tā: jo vairāk naudas, jo retāk maina. Raksturīgi, ka sociālā pabalstaņēmēji šo naudu vispirms iegulda lielā, jaunā televizorā. Vāciešiem ir svarīgi, lai mājas iekārtojums ir labs, bet, lai tas neizskatās dārgs, to speciāli nedemonstrē. Attieksme pret lietām – labs, funkcionāls, uz ilgu laiku. Cilvēki izmanto arī izpārdošanas un ūtrupes. Ja mājās ir ziemas dārzs – tad tas ir luksuss!



5.11. att. Viesistabas iekārtojums Brēmenes piepilsētas savrupmājā

5.11. attēlā redzamās telpas iekārtojumam raksturīga funkcionalitāte. Jaušams, ka saimnieki lepojas ar iepriekšējo paaudžu mēbelēm, kas sadzīvo kopā ar mīksto mēbeļu komplektu, kas iegādāts pirms gadiem divdesmit, un mūsdienīgu televizoru.

Mājas iekštelpu objektu izvēli determinē ģimenes, dzimumu un estētiskie priekšstati. Kā uzskata Vudvords, plašais patēriņa preču piedāvājums ļauj veidot mājvietu, tās iemītniekiem apgalvojot, ka redzamais stils ir individuāla greznība, nevis tikai patēriņa piedāvājums. Vienlaikus mājas ir patiesa, pat dziedinoša vide, kurā realizējas pieredzes apmaiņa, atpūta, arī darbs, un tad stilam mazāka nozīme.

Viss mēbelēts, viss ar tehnoloģijām iebūvēts. Trauku mazgājamā mašīna, veļas mašīna, katls – tas viss ir iebūvēts ar durtiņām. Tagad pēc septiņiem gadiem laikam mainās domāšana. Vīram ir lauku mājas, tur kāda lāde, lukturītis noskatīti. (Maija)

Pēc septiņiem gadiem šai ģimenei ir parādījusies vēlme pēc lauku mājā atrasta lukturīša, lai gan mājas vide ir aprīkota ar mūsdienīgu mājsaimniecības tehniku.

Mājai jābūt samērojamai arhitektūrā ar mēbelēm. Vienkāršā mājā nevajadzētu dārgas, greznas mēbeles, ozolkoka apdares u.tml. Piemēram, ja mēs ietu uz kādu pikniku, tad taču neapkārtos ar zeltiem, vakarkleitām un tamlīdzīgi. Tāpat arī ar māju un tās iekārtojumu. (Matīss)

Jaunā ģimenes māja nodrošina vidusšķiras dzīvei raksturīgas sadzīves normas, ko sociālisms nevarēja nodrošināt. Tas ir telpu sadalījums atbilstoši ģimenes specifiskām vajadzībām, piemēram, atsevišķa guļamistaba vecākiem, bērnu istabas, labiekārtota vannas istaba, kurā nemazgā un nežāvē veļu, tāpat gandrīz ikvienā jaunajā savrūpmājā ir liela kopējā telpa, kas apvienota ar atvērtu virtuvi, kur ģimenei sanākt kopā un uzņemt arī viesus. Vidējā sociālā slāņa privātmājas un dārzi veicina socializēšanos (Czegledy 1998).



5.12. att. Virtuve ar ādas un metāla mēbelēm



5.13. att. Moderna dizaina iekštelpa



5.14. att. Kabinets ar antikvāru rakstāmgaldū



5.15. att. Mēbeles ar vēsturisku akcentu

5.12.–5.15. attēlos redzamas privātmāju iekštelpu iekārtojuma detaļas, kas raksturo dažādus stilus – mēbeles ir darinātas no stikla, metāla, netrūkst arī senlaicīgu priekšmetu un to atdarinājumu.

Vairāki respondenti stāstījumos uzsver vēlmi pēc ekskluzīvām lietām un mākslas priekšmetiem mājas iekārtojumā, tomēr īpašumā tādu nav, vien kāds mākslas darbs. Daži respondenti arī atzinās, ka, pirmoreiz ieradušies kādā mājoklī, pavēro, ko pērk iemītnieki: masu produkciju vai kaut ko vērtīgāku. Šādu ievirzi izskaidro demonstratīvā patēriņa daba, kas mudina uz sacensību patēriņā.

5.2. Privātmāja piepilsētā – patēriņa un dzīvesveida mijiedarbība

Māja jāapsaimnieko, zeme jākopj un jāstrādā arī algots darbs, uz kuru piepilsētas iedzīvotāji parasti katru dienu turp un atpakaļ brauc ar savu automašīnu, pa ceļam aizvedot bērnus uz bērnudārzu vai skolu, atpakaļceļā nopērkot pārtiku un citas ikdienas preces.

5.2.1. Dzīvesveids: sava zeme – sava māja – savs auto

Dzīvesveids, kas ietver *zemes gabalu – māju – auto* (Riddell 2004: 195), veidojas kā dominējošais piepilsētā. Zemes gabala iegāde, privātmājas uzcelšana un vēlāk apsaimniekšana, dažādas tehnoloģiskas mājas un dārza kopšanas iekārtas, kursēšana ar auto – tas viss pārņem piepilsētas dzīvi, patērēšanas modeļus, domāšanu. Dzīvesveids mainās, tomēr jaunie privātmāju iemītnieki, kuri iepriekš mitinājušies pilsētas dzīvoklī, ieradumus un mājas dzīves prakses tik vienkārši mainīt nespēj.

Jātīra arī, mēs nekādi čaklīši neesam. Zeme ir daudz. Pa darbu nostrādājamies, atnākam mājās, neko darīt negribas. Būtu labi, ka būtu dārznieks, lai saved te visu kārtībā, mums nav dotību uz to. (Juris)

Dārza iekopšana un siltumnīcas būve vairāk parādās kā jauna sociāla prakse, kas sagādā gandarījumu. Vēlme izmantot piemājas zemi dārzeņu audzēšanai vēl saglabājusies piepilsētā dzīvojošās mazāk turīgās ģimenēs – tās vasarās kopj mazdārziņus vai arī pastāvīgi dzīvo mājās, kas savulaik uzceltas dārzkopības kooperatīvu teritorijās, tagad ir privatizētas. Neviena no intervijās iesaistītām ģimenēm pagaidām nedomā zemi izmantot, lai ražotu sev pārtiku. Par dārza darbiem respondenti

runā ar interesi, jo tā ir jauna pieredze – vērot, kā zaļo dažas dobītes. Dārziņi tiek kopti arī tādēļ, lai bērni iepazītu dabas procesus.

Dārzs? Mamma tur kaut ko iestādīja. Mans dēls nezināja, ar ko atšķiras zirņi no pupām, tad mamma tos iesēja. (Lauma)

Ir mazs dārziņš, lai bērni zina. Bērns prasa: „Mamma, vai sēsīm skābos gurķus?” Patīk gan. Ja apstākļi spiestu, vagas varētu būt arī garākas, zālīte mazāk. (Valda)

Mazs, mazs dārziņš tur tāds, garšaugu. Siltumnīciņa, ābelītes, bumbieres mums ir, nekāda dižā raža jau nav, bet paēduši esam. Zāle mums ir apmēram 40 m². (Marija)

Kad atnācām, tad bija ābeles un ogulāji. Patīk, ka var dārzā rosīties, kaut ko izaudzēt. Dzīvot var arī dzīvoklī, bet te tā kā savs ir viss. Savs burkāniņš garšīgāks, sulīgāks. (Silvija)

Māja ar dārzu veicina gandarījuma izjūtas veidošanos. Šāda ģimenes māja iedveš pašprietiekamības un lepnuma apjautu par redzamajiem darba augļiem savā īpašumā. Ikviens var gūt pašapmierinājumu un pašcieņu no kādas prakses, kurā viņš iesaistījies un nav svarīgi, kā vispārēji tiek vērtēta sociālās prakses nozīmība, jo cilvēkam ir svarīgi gūt individuāli profesionālu pieredzi un pašapmierinājumu (Warde 2005: 148). Oskars ir jauns vīrietis, kurš apzināti dzīvi veidoja tā, lai dzīvotu ārpusētas privātmājā. Sarunā iesaistās arī Oskara māte, jo lepojas ar dēla paveikto.

Oskars nebija sevišķi čakls jauniešs. Es tiešām reizēm brīnos, kā viņš visu ir iemācījies mājas darbos, arī visus tehniskos un būvēšanas darbus. Lai gan dzīvot ārā no pilsētas viņam vienmēr ir patīcis. (Elza)

Jā, ir daudz darāmā darba, jāgatavo malka, māja jātīra, sniegs jātīra, bet tas ir patīkami. Nav tik daudz jāšēž pie televizora. Ir dienas, kad varam neko nedarīt....Siltumnīcu uztaisīju no neizlietotajiem celtniecības materiāliem. Katru koku izdomāju, kā izmantot. (Oskars stāsta ar lepnumu, rādot savu meistardarbu, kas atstāj profesionāli paveikta darba iespaidu)

Māju teritorijās, kuru īpašniekiem mājas īstenojuma prakse attīstās veiksmīgi, pamazām tiek iekopts zaļš mauriņš. Tur dārzkopības uzņēmumu speciālisti vai arī paši saimnieki stāda dekoratīvus augus un puķes, daži ierīkojuši strūklakas, dīķus. Var piekrist ungāru pētniecei Fehērvāri, ka savrūpmāja ar dārzu der par paraugu anti-sociālisma *heterotopijai* – nesaistītai vides un telpas pieredzei – un bieži tiek aprakstīta ar metaforām – *drošības salīņa, miera osta* vai *mūsu pils* – un jau viens solis personiskā īpašuma teritorijā ļauj aizmirst, kādi bija masu sadzīves apstākļi sociālismā. Respondenti stāsta, ka savas mājas dārzā patiešām jūtas ļoti labi.

Sestdien, svētdien izej dārzā, sēdi un nekur negribas, ir labi. (Lauma)

Mēs jau veci muļķi, citi cilvēki brauc uz jūru, mēs par māju runājam. Man patīk pa dobēm rakņāties. (Līga)

Dainis stāsta, ka māja, viņaprāt, spēj aizstāt arī sabiedriskās izklaides vietas.

Varbūt tas skan stulbi, bet tā ir, citi varbūt aiziet uz restorānu. Bet attaisi ledusskapi, izņem vīnu, iedzer un tīri māju. Vietējais restorāns bez darbalaika.



5.16. att. Privātmājas teritorija ar dabīgu dīķi



5.17. att. Atpūtas vieta ar mākslīgi izveidotu dīķi

Piemājas vides ir ļoti atšķirīgas. Te ir gan iekopti dārzi ar izmeklētiem augiem, gan arī ar zaļu zālienu klāta teritorija. Daudzas mājas lepojas ar mākslīgi veidotām ūdenskrātuvēm vai baseiniem. Piemājas dārzos tiek rīkoti saviesīgi pasākumi, veicinot sabiedrības viduslāņa komunikāciju.

Mūsdienu māju dizains, iekļaujot brīvu plānojumu ar manevrējamu dzīvojamo vidi, vecāku un bērnu nošķirtību, veido priekšstatu par māju kā privātu patvērumu no darba un ārējās pasaules. Jaunās tehnoloģijas (personālie datori, internets, mobilais telefons u. tml.) paver iespējas teledarbam, proti, strādāt arī mājās. Šādas iespējas pārveido mājas dzīves organizāciju (Mallett 2004). Ja darbs ir patālu no mājām, tad regulārā braukšana turp un atpakaļ prasa ievērojamus papildu izdevumus.

Dzīve bez mašīnas nav iespējama šeit, jo sabiedriskais transports ir tālu. Mēģinām braukt kopā uz bērnudārzu, darbu. Ir divas mašīnas, bet tiek lietota viena. Tas ir saspringti, ka kopā jāaorganizējas, lai tiktu uz darbu. (Aleksis)

No rīta mēs visi sēžamies mašīnā un braucam, un mūs tēvs ved vai meita pie stūres. Tas, kurš visus izvadā, ar mašīnu arī paliek un tad vakaros kā nu kurš, arī ar vilcienu. (Marija)

Dzīve piepilsēta ienes arī virkni pārmaiņu dzīvesveidā saistībā ar piekļuvi pārtikas veikalēm, medicīnas pakalpojumiem, skolām un bērnudārziem. Tas prasa no ģimenes labāku dzīves organizēšanu un dienas gaitu saskaņošanu. Daudzi Pierīgas

iedzīvotāji pārtiku pērk galvenokārt Rīgas lielveikalos. Uz jautājumu “Kur iegādājaties pārtiku?” Jadviga atbild:

Tuvumā nav, te ir tāda bodele. Ja ko vairāk grib, jābrauc uz tirgu, uz Rīgu. Tas, ka sapērk visai nedēļai, mums nedarbojas.

Marijai ir cita pieredze.

Mēs sestdienas rītā iesēžamies mašīnā un aizbraucam uz Salaspili, nopērkam trīs lielus maisus, un tad mums kādām trim četrām dienām pietiek.

Pēteris savai un meitas ģimenei ir gan šoferis, gan visa nepieciešamā sagādnieks.

Es divreiz dienā braucu uz Rīgu, no rīta un vakarā, aizvedu uz darbu [sievu] un dārziņu [mazmeitu] un atpakaļ. Iepērkamies Rīgā, jo tur [“pļavu ciemā”] jau veikalu nav.

Pētījuma “Attieksme pret dzīvi savā pašvaldībā: Rīgas rajona iedzīvotāju telefonaptauja” rezultāti liecina, ka ar veikaliem, ar iespējām iepirkties visvairāk apmierināti (86%) ir Salaspils novada respondenti, arī respondente Marija no Salaspils pārtiku iepērk savā dzīves vietā. Ļoti apmierināti ar pārtikas apgādi ir arī Siguldas novada (86%) un Olaines (85%) respondenti, savukārt Stopiņu novadā apmierināti ir 49% aptaujāto. Arī respondenti no Stopiņiem intervijās stāsta, ka pārtiku iegādājas Rīgā.

Būtisks pakalpojums, kas ietekmē dzīvi piepilsētā, ir medicīniskās palīdzības pieejamība. Tāpēc, intervējot Pierīgas jauno privātmāju iedzīvotājus, tika jautāts par iespējām nokļūt pie ģimenes ārsta.

Es pierakstījos Veselības centrā 4, bērnam ir Juglā. Te ģimenes ārsta, liekas, ka nav. Atliek ātrā palīdzība, ja kas sevišķs. Labi, ka neesam sevišķi slimīgi, izņemot mani. (Jadviga)

Ir mums poliklīnika, bet īstenībā ir grūti. Pie tevis neviens uz šejieni nebrauks, man tā bija šoziem, man ir temperatūra 38 grādi, nu kur es iešu, uz turieni tik tālu, pareizi? 3 kilometri no šejienes, man ir temperatūra, man no šodienas vajag biļetenu, viņa atzīmē, tad pēc divām trim dienām aizved mani Juris [vīrs], tad es tieku pie tā ģimenes ārsta. (Marija)

Iedzīvotāju telefonaptauja rāda, ka katrā novadā veselības aprūpe dzīvesvietā tiek nodrošināta atšķirīgi. Tāpēc nevar balstīties tikai uz nedaudzu respondentu viedokļiem, jo pastāv iespēja, ka jaunās privātmājas uzbūvētas vietās, kas neiekļaujas vēsturisko ciemu robežās, un tāpēc ir problemātiski saņemt vietējās pašvaldības nodrošinātus pakalpojumus. Telefonaptauja parāda, ka iespējas apmeklēt ģimenes ārstu visvairāk apmierina Siguldas novadā (73%) un Sējas novadā (71%) dzīvojošos, tur

jaunā apbūve nav plaši izpletusies. Lielākā neapmierinātība ar šo jomu ir Daugmales pagastā: tikai 40% aptaujāto bijuši apmierināti. Arī Salaspilī, kur dzīvo Marija ar ģimeni, vien 50% telefoniski aptaujāto ir apmierināti ar veselības aprūpes iespējām. Vēl sliktāka situācija ir Garkalnē – tur tikai 45% aptaujāto ir pozitīvi izteikušies par vietējo veselības aprūpi, arī Jadviga no Garkalnes ārstus apmeklē Rīgā.

Pēc pētnieku uzskatiem, Lielbritānijā vidusšķira izvēlas dzīves vietu saskaņā ar *dzīves stāstu*, ar ģimenes ienākumiem un bērnu izglītošanas iespējām.⁷⁰ Bērnu nokļūšana skolā un bērnudārzā ir ļoti būtiska piepilsētas dzīvesveida sastāvdaļa. Aptaujas dati liecina, ka atbalstu ģimenēm ar bērniem visbiežāk atzinīgi vērtējuši Inčukalna novada (45%), Salas pagasta (43%) un Ādažu (43%) iedzīvotāji. Vismazāk apmierināti ir Saulkrastu (19%) un Carnikavas (16%) aptaujātie iedzīvotāji. Kopumā vērtējot aptaujas rezultātus, Pierīgas iedzīvotāji nav apmierināti ar vietējo pašvaldību rūpēm par bērniem. Arī promocijas darba intervijās respondenti stāsta par individuālo pieredzi, kas atspoguļo paļaušanos pamatā uz pašu vai tuvinieku iespējām nogādāt bērnus skolā vai bērnudārzā.

Rolands, dzīvo Ādažos:

Skola ir aptuveni 15 kilometrus, mēs vedam ar mašīnu. Kad paaugsies, tad pašiem droši vien būs mašīnas vai vecākais brālis aizvedīs. Par to vispār domājam, jo bez mašīnas šeit neiztikt. Nu, kas ir 15 kilometri un mežs!? Visi no rīta brauc uz darbu un pēcpusdienā atgriežas. Ceļamies 6:30, braucam uz darbu, bērni līdzi.

Silvija no Stopiņiem:

Pusseptiņos modinu bērnus un Modri. Mani aizved līdz centram, tālāk ar sabiedrisko. Atpakaļ katrs, kā var. Vai arī, ja varam, tad kopā ar Modri, bērni ar autobusu. Tiesību nav man. No sākuma jau bija tā kā baile [par mazo dēlu]. Tas durvju kods bija uz lapiņas uzrakstīts, tad jau visa klase to zināja. Dēls teica, ka ziemā ir labi Rīgas dzīvoklī, jo tad nav jāgaida autobuss.

Igo mācās vidusskolā Juglā, dzīvo kopā ar vecākiem Salaspils novadā.

Uz mājām vakaros es bieži netieku, palieku pie draudzenes vai agrāk paliku pie vecāsmātes Juglā. Visa dzīve man saistās ar Rīgu – skola, draugi, tas, ko daru vakaros. Vasarās braucu ar mopēdu. Kad būs 18, tēvs solīja mašīnu, tad būs savādāk. Agrāk man nepatika te dzīvot, bieži paliku Rīgā.

Lai nokļūtu darbavietā, skolā un bērnudārzā, ģimenes locekļi ir savstarpēji saistīti. Par to stāsta vairāki respondenti.

⁷⁰ Vairāk skat. promocijas darba 3. nodaļā.

Ceļamies septiņos, sieva pusseptiņos. Braucam uz Rīgu, atdodam mazo bērnudārzā Rīgā 8:20. Pēc tam paši uz darbu. Atpakaļ – pēc mazā un tad uz mājām. Esam viens no otra atkarīgi. Ja kādam jāpaliek ilgāk, tad ir vēl autobuss. Nav tik traki, stunda līdz darbam, jo astoņos izbraucam. Pārtiku pārsvarā pārkam Rīgā. (Oskars)

Abi bērni mācās Rīgas skolās, braukšanas problēma ir tomēr. Bērni brauc ar autobusu. Vīrs ar mašīnu, kad var, tad kopā. (Maija)

Bez omītēm un opīšiem izvadāt bērnus uz skolām un pulciņiem būs grūti. (Valda)

Stāstījumos tiek minēti arī pašvaldību nodrošinātie skolas autobusi. Piemēram, Stopiņos bērnu nokļūšanu skolā nodrošina pieci autobusi.

Lauma no Stopiņiem:

Pagasts nodrošina bērniem bez maksas, līdz tuvākajam sabiedriskajam transportam 1,5 km, bet līdz Ulbrokas galapunktam 3,5 km. Mums katram sava mašīna, ja dēļs paaugšies un labi uzvedīsies, tad būs motorollers, vēlāk mašīna.

Dzīve piepilsētā uzliek virkni jaunu regulāciju. Kā tiek organizēts skolu un bērnudārzu nodrošinājums Brēmenes piepilsētā Vācijā, stāsta Karīna.

Dzīvei piepilsētā Vācijā ir zināmi priekšnoteikumi. Ja bērnam skola ir 2 km attālumā no mājām, tad viņš iet ar kājām, ja tālāk, tad ved pašvaldības vai apgabala pašvaldības autobuss. Vecākiem bērni uz skolu nav jāved. Pēc stundām ir “uzticības skola” līdz plkst.13:00, tad bērnus ved uz mājām. Bērnudārzi 80 procentos gadījumos darbojas tikai līdz 12:00. Agrāk mātes nestrādāja līdz bērnu 12 gadu vecumam. Tagad ir cita problēma, pašvaldība skatās, lai sievietes, kuras pašas nestrādā, neved bērnu uz bērnudārzu.

Pētniecībā māja bieži tiek uzsvērtā kā droša patvēruma vieta. Parasti ar *drošību* saprot pirmām kārtām garīgu un psiholoģisku drošību, tomēr *drošība* ietver arī personas fizisku drošību. Cik fiziski droši, neapdraudēti jūtas jauno privātmāju īpašnieki Pierīgā? Privātmājas bieži apjož žogs, un vārtiņus rotā uzraksts “Nikns suns”, tāpat visiem redzamā vietā novietota uzlīme, kas vēsta, ka par mājas drošību gādā apsardzes firma. Klusajās ieliņās un uz jaunajiem grants ceļiem cilvēku praktiski nav, tāpēc niknas suņu rejas pavada ikvienu garāmgājēju. Ir gadījies redzēt uzrakstu uz sētas vārtiņiem, kas vēsta, ka iekšpusē mīt radījums, kurš “nolaizīs līdz nāvei” katru, kas pienāks tuvāk. Piepilsētas privātmājās nevar iekļūt bez saimnieku atļaujas. Respondentu atbildes par drošības sajūtu savos īpašumos ir atšķirīgas.

J.:Vai savā piepilsētas mājā jūtaties droši?

Jā, līdz tam gadījumam, kad kaimiņam bija kāpuši pa logu, bija pavisam droši, tad kādu laiku uzmanījāmies. Viņam apzaga māju, kad pats bija mājās. Bet tāda baiļu sajūta nav, liekas kluss un mierīgs rajons. Jūtamies droši, ir signalizācija. (Aleksis)

Pagājušajā gadā Jānos mūs apzaga. Skatījāmies futbolu. Tikmēr nozaga makšķeres un daudz ko citu. Ar mašīnu bija kaut kādi čaļi atbraukuši. Instrumenti, sauļojamie krēsli. Izskrēju ar bisi, bet par vēlu. Apzaga, bet, tā kā māja apdrošināta, dabūju visu atpakaļ. Te Pierīgā tā ir. (Rolands no Ādažiem)

Galvenie drošības līdzekļi: signalizācija, apsardze, arī suņi. Vairākos jaunajos ciematos ir teritorijas apsardze.

Mums ciematā ir apsardze, mums droši. (Maija)

Sēta, signalizācija – ugunsdrošības un apsardzes. Suns, arī kā drošība. (Dainis)

Suns ne, bet ir apsardze. Nav sēta, jūtos droši. Tomēr, kad māja vēl nebija uzbūvēta, nozaga zābakus. (Matīss)

Kvantitatīvais pētījums par Pierīgu rāda, ka visdrošāk sabiedriskās drošības ziņā iedzīvotāji jūtas Baložos (82%), Babītē (80%) un Stopiņu novadā (79%), bet visnedrošāk jūtas aptaujātie Ķekavā (52%). Aptaujas rezultāti liecina par vispārējo situāciju katrā Pierīgas novadā. Aptaujā respondentu atlasē tika iekļauti iedzīvotāji gan no vēsturiski apdzīvotām vietām, gan no jaunajām apbūves teritorijām, kur vietām ir izveidoti privātmāju ciemati ar savu apsardzi. Ķekavas novadā iedzīvotāju zems drošības izjūtas līmenis skaidrojams, iespējams, ar pārāk izkliedēto jauno apbūvi.

5.2.2. Jauno privātmāju ģimeņu modeļi un dzimumsocialitāte

Gastons Bašlārs ir teicis, ka māja ir cilvēka pirmais visums (Bachelard 1994), tomēr daļa pētnieku šādu uzskatu kritizē (Passaro 1996; Wardaugh 1999; Jones 1995, 2000), uzsverot, ka šāda mājas uztvere sastopama Rietumu iztēlē un ideoloģiski tā saistās ar vidusšķiru un heteroseksuālu nukleāru ģimeni. Šādā uzskatā mājai ir centrālā vieta, un tā materiāli un simboliski attiecas uz pāri, kas realizē noteiktas sociālo dzimumu lomas un attiecības. Bērni šādā mājas modelī iederas vien tikmēr, kamēr tie ir pavisam jauni, un viņiem ir mazas pilnvaras. Ievirzes „mājas kā cilvēka visums” pretinieki, norāda Maleta, uzskata, ka valdības un dažādas institūcijas ideoloģiski veicina trīsvienību – ģimene, māja, kopiena, jo institūcijām ir intereses (materiālas, ekonomiskas, sociālas, garīgas) noteikt ideālas ģimenes attiecību veidus un izpausmes. *Māja* ir nozīmīgs fons arī politiskām diskusijām: feminisma pozīciju pārstāvošajiem

māja ir pārbaudījums dzimumu nevienlīdzībai, savukārt liberāli saista *māju* ar privātām tiesībām un izaicinājumu valsts varai, bet sociālistu skatījumā *māja* ir izaicinājums kolektivistiskai dzīves izpratnei un ideālam par plānotu un egalitāru sabiedrības kārtību (Mallett 2004). Tāpat aizvien vairāk tiek diskutēts, ka nukleāra ģimene nav vienīgā mājsaimniecības forma (Saunders & Williams 1988).

Rietumu ģimenes izpratnes kontekstā jaunā paaudze sasniedz vecumu, kad atstāj ģimenes māju. Tad viņi veido paši savu patstāvīgu dzīvesvietu. Šāda attieksme pret māju ir saistīta ar tādu audzināšanu, kas paredz neatkarības veicināšanu un rūpju turpinājumu (Mallett 2004). Jauno cilvēku aiziešana no mājām saistībā ar patstāvīgas dzīves uzsākšanu ir kultūras un vēstures konteksta noteikta. Latvijā bērnu aiziešana no ģimenes un iespējami agra patstāvīgās dzīves uzsākšana ir visai jauna prakse. Tādējādi ģimenes mājas iegāde situācijā, kad bērni ir *gandrīz pieauguši*, it kā konfrontē ar šo jauno tendenci. Promocijas darba pētījumā arī apstiprinājās, ka bieži vien vecāki veido jauno māju, vēl esot saistībā ar bērniem pusaudžiem, kuri jau pēc dažiem gadiem māju atstāj. Savukārt gadījumos, kad noticis pretējs process, proti, mājas iegāde veicinājusi pieaugušu bērnu ģimenes apvienošanos ar vecāku ģimeni, nereti atklājas ļoti sarežģītas ģimeņu attiecības, kā to liecina promocijas darba pētījuma respondentu stāstījumi.

Meitai bija ģimene un mēs, labu gribēdami... Bet tagad mēs saprotam, ka tā pilnīga kļūda. Ja viņai būtu atsevišķa vieta, tad tas būtu daudz labāk. (Aleksis un Jadvīga, dzīvo kopā ar meitas ģimeni dvīņu apbūves mājās.)

Pirms sešiem gadiem meita izšķīrās, un, paldies Dievam, ka viņas vīrs te neko nebija ieguldījis. Mazbērns jautā, kāpēc mums ir divas puses: mūsu puse un jūsu puse. Pieaugušiem bērniem jādzīvo no vecākiem šķirti. Maksājumi liela daļa uz mūsu kakla... (Jadvīga)

Es sadzīvotu arī ar ienaidniekiem, man piezemēts raksturs. Vedekla no bērnunama, viņai pienākas viss, viņa tāda maziņa, ātri piekūst. Piekūst tāpēc, ka par maz dara. Man dēls arī tāds vairāk izpildītājs kā vadītājs. (Pēteris, dzīvo kopā ar dēla ģimeni)

Cita ģimene diskutē par iespējamu kopā dzīvošanu ar meitas vēl neesošo ģimeni.

Marija: *Vai tad es neesmu tev stāstījusi? Ka var uztaisīt te starpsienu, tās trīs istabiņas viņai atstāt un pašiem mums lielo istabu un virtuvi. Jā, es būtu ar mieru!*

Juris: *Es gan laikam nebūtu ar mieru... Ja nav citas iespējas, tad, protams, bet... Bet tā ir sava dzīve: ja tu dzīvo kopā, tu jaucies viņu dzīvē, un zinot tevi...*

Privātmājas īstenojums parasti uzliek finansiālas saistības, un to risināšanā var iesaistīties arī paplašinātā ģimene. Intervijas uzrādīja stratēģijas, kuras respondenti lieto,

lai pielāgotos kredītsaistībās balstīta patēriņa situācijai, – dzīvo paplašinātā ģimenē, palielina darba slodzi, pieņem finansiālu atbalstu no vecākiem, arī no pensionētiem.

Mums palīdz oma, viņa strādā vēl par auklīti. Pensijā ir, bet strādā, lai iedotu naudu kredītam. Vīrs strādā vairākos darbos, lai tik kaut ko vairāk nopelnītu. Strādā bez brīvdienām. Ir jābūt labām attiecībām, lai to visu pārdzīvotu. (Liene)

Pēteris kopā ar sievu un dēla ģimeni dzīvo vienā savrupmājā, bet turpat blakus otrā mājā dzīvo meitas ģimene, abu mājsaimniecību ikdienu ir cieši saistīta.

Mazmeita guļ pie mums, jo es viņu vedu uz dārziņu. Sieva saģērbj. Viņa guļ ar vecmāti lielajā istabā. Vēl dzīvo dēls ar ģimeni. Es katru dienu baroju meitas kaķi, jo viņai nav laika. Znots taisa savu biznesu Madonas pusē. Viņi plāno vēl māju tur celt.

Bērnu statuss vidusšķiras ģimenēs kļūst aizvien nozīmīgāks, demonstrējot mājas garīgās vides pārveidošanos līdzī mājās modernajam dizainam. Tas prasa arī jaunu patēriņu saistībā ar modeli dzīvošana – patērēšana – apcere (*living – consuming – thinking*), kas, kā atzīst Š. Maleta (Mallet 2004:74), tiek attīstīts, pastiprināti ietverot bērnu vajadzības: pārtika, aprūpe, izklaide (datospēles, piepūšamās atrakcijas bērnu ballītēm u.tml.), patērēšana (rotaļu automašīnas, rotaļu mājas ar visām sadzīves iekārtām). Viens no respondentiem intervijas laikā norādīja uz mājas pagalmu ar bērnu izklaides un spēļu iekārtām pēc neseniem bērnu svētkiem (5.18. att.) un piebilda: “Lūk, kāpēc mums vajag māju!” Atbilstoši vecāku rocībai, priekšstatiem par ērtu vidu un bērna interesēm tiek dizainētas bērniem domātās telpas (5.19. att.).



5.18. att. Bērnu vide privātmājas teritorijā

5.19. att. Bērnu istabas iekārtojums

Uzsverot mainījušos attieksmi saistībā ar bērniem un bērnu vajadzībām pielāgotu īpašu mājas vidi, aktuāla joprojām ir diskusija par mājas un dzimumsocialitātes izpratni saistībā ar darbu, patēriņu, mājas telpu, māju kā īpašuma un statusa apliecinājumu.

Uzcelt māju ir vīrieša goda lieta. Ja viņš to var, tad viņš ir vecis, es domāju – ja ir līdzekļi. Ja ir līdzekļi, un viņš dzīvo kaut kādā dzīvoklītī, tas nozīmē, ka viņš negrib uzņemties neko vairāk. (Matīss)

20. gs. otrajā pusē pētījumos tika uzsvērts, ka vīriešiem statuss un sasniegumi ir nozīmīgi, bet sievietes māju uztver kā patvērumu, turpretim feminisma otrais vilnis (20. gs. 70. un 80. gadi) akcentēja māju kā apspiešanas un tirānijas vietu, kurā kā privātā sfērā sievietēm pienācās pēcnācēju radīšana un visas attiecīgās rūpes, kā arī atbildība par mājsaimniecību. Feministiskas ievirzes pētnieces Moira Manro (*Moira Munro*) un Ruta Madigana (*Ruth Madigan*) uzskata: lai gan māja parasti ir ģimeni kopā saturoša vide, ko radījušas pašas sievietes, viņām bieži trūkst autoritātes un viņu pašu telpas šajā vidē (Munro & Madigan 1999).

Vēl pagājušā gadsimta otrajā pusē pienākumu dalīšana starp sociālajiem dzimumiem prasīja noteiktu ģimenes mājas telpu dalīšanu saistībā ar dzimti⁷¹ un tai atbilstošiem pienākumiem, piemēram, virtuve ir sieviešu telpa, bet garāža – vīriešu. Nesenākās diskusijās par dzimtes un telpas saistību privātmājā tiek argumentētas sarežģītākas kopā dzīvošanas stratēģijas. Aizvien biežāk tiek atzīts, ka nav lietderīgi telpu lietojuma ierobežojumi saistībā ar dzimti – arī tad, ja tās tiek dizainētas saskaņā ar dzimtes prasībām. Feministiskas ievirzes pētījumos uzsvērts, ka vīriešiem mājas teritorijā parasti ir telpa, kurā viņi ir absolūta autoritāte. Kaut gan māja vīrietim ir statusa pamats, tomēr darbs un citas aktivitātes publiskajā telpā nodrošina vīrieti ar alternatīvām un vērtīgām identitātēm. Mājas vides izveidē var novērot dzimtes un attiecību lomas ietekmi uz mājas dizainu, interjeru un tehnoloģiju iegādi. Katra ģimene māju iekārto, balstoties uz savu attiecību modeli.

Es varētu izdaiļot, ielikt to dzīvību, dvēseli. Man būtu nozīmīgi, kāda ir viņa [vīrieša] mājas sajūta un vai tas saiet kopā. Ne tikai garīgais un dvēseliskais, bet arī vide, vai viņam patīk, vai nē, tas man būtu ļoti būtiski. (Maira)

Feministiskas ievirzes pētnieku uzskatos māja ir vīrieša statusa pamats, bet sieviete var uzņemties “ģimenes galvas” lomu un vīrietis šādā modelī var iekļauties. Tomēr, ja prakses bijušas neveiksmīgas vai ģimene izjukusi, tiek uzsvērti tieši vīrieša pasīvā loma. Šķiršanās situācijā veidojas cita ievirze mājas dzīves formulēšanā. Jāteic, ka liela mēroga patērēšanas prakses, ja tās balstās uz kredītiem, ir nopietns pārbaudījums ģimenes pastāvēšanai.

⁷¹ Termins *dzimte* un *dzimumsocialitāte* ietver identisku jēgu.

Tas ir tas, ko pārmetu pati sev, kāpēc viņš [vīrs] klusēja un visam piekrita. Es biju pārņēmusi vīrieša lomu. Viņam es biju ļoti svarīga, arī šobrīd. Viņš visus manus lēmumus akceptēja. Es cēlos, kritu, pazaudēju naudu. Iesāku biznesu ar Zviedriju. Tur uzkrāju naudu biznesa iesākumam. Vīrs nekad mūžā nav pārmetis nevienu lietu. Varbūt tagad, kad nodzīvojām kopā 25 gadus... Varbūt viņš baidījās kļūdīties ar savu viedokli vai lēmumu. Es teicu – nu izdari tu, piezvani tu, bet viņš teica, ka man iznāk labāk. Ir jau tā, ka es varu izdarīt ātrāk, labāk, viņam tas bija ērti. (Maira patlaban ar vīru dzīvo šķirti, bet regulāri satiekas.)

Nemainīga paliek diskusija par dzimumsocialitātes saistību ar mājas jēgas izpratni, secina Maleta, un apgalvo, ka šādā rakursā skatot mājas jēgu, vairāk tiek runāts par aktivitātēm, ko veic noteiktā laikā un noteiktā attiecību kontekstā un kas vai nu apliecina vai apgāž noteiktus priekšstatus par dzimumu, vecumu un to lomu. Promocijas darba pētījumā iekļautie respondenti stāstīja par savu pieredzi un ģimenes locekļu iesaisti mājas pienākumu un dažādu ar māju saistītu aktivitāšu veikšanā.

Kurš var, tas mājās strādā. Arī ēst gatavojam visi, arī vīrieši. Katram sava vieta jāsakopj. Kurš mājās, tas to dara. (Maija)

Mums ir trauku mašīna, es tos traukus tur salieku, bet slinkums izņemt, tad Modris tos izņem. Tualetes es tīru. Arī meita tīra. ...kaķis tur smiltis izbēris un kaut kas atkal jātīra. Perfekcionisti jau neesam. (Silvija)

Mums Rūtas kundze nāk tīrīt māju. Labāk mēs to laiku pavadām kopā, nevis beržam, jo es varu samaksāt. Reizi nedēļā nāk – drēbes saliktas, ledusskapis iztīrīts un tā tālāk. (Lauma)

Kam šodien slinkums, tas neko nedara. Tas mums ir demokrātiski. Visi kārtīgi izrunājam, bet rezultātā paliek tā, kā biju plānojusi es. (Marija)

Tīrīt vieglāk jaunā mājā nekā dzīvoklī. Par samaksu neviens mums nenāk. Paši varam, kāpēc citi? To naudu labāk izmantot kādam ceļojumam. (Iveta)

Zāli pļauj vīrs, viņam – malka, gāze, ūdens. Dārzs, mājas tīrīšana – man. Kādu palīgu varētu it kā atļauties, bet nepatīk, ka sveši cilvēki mājā un pa manām mantām rakājas. (Līga)

Es visu laiku būvēju, tagad tie darbi beigušies. Izpļauju zālīti, aizeju uz dīķi pazvejot, nezālītes izraustu, uztaisu kādu gaļiņu, zaptītes vāru. Māju tīru, mazgāju veļu, traukus – visu, kas jādara, to daru. (Matīss)

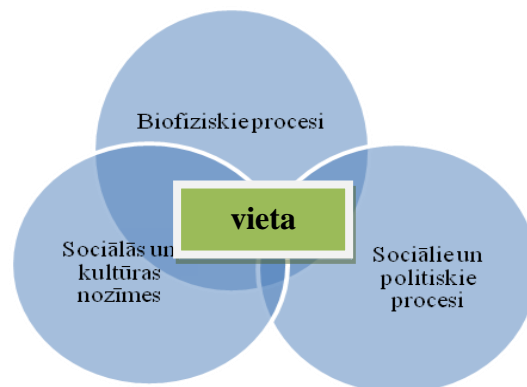
Man patīk, ja vīrietis mājās saimnieko, nekad to neaizliedzu un nemetos viņam atņemt katliņu vai pannu. Domāju, ka vīrieša spēja darīt mājas darbus tikai dara viņu vīrišķīgāku, nevis otrādi. (Monika)

No respondentu atbildēm var secināt, ka pamatā mājas darbu veikšanā pastāv tradicionālais dalījums – vīriešiem fiziski smagākie darbi, sievietēm – vieglāki, tomēr

vairāki respondenti atbild, ka ikdienas mājas darbus veic tas, kurš ir brīvs vai kuram “nav slinkums”, šāda attieksme liecina, ka vidusslāņa ģimenēs pamatā tiek respektēta abu dzimumu iespēja strādāt profesionālu darbu, atpūtas un brīvā laika nodarbes. Izteikti – gan vīrieši, gan sievietes – uzsver, ka mājas darbi tiek sadalīti vienlīdzīgi un par bērniem rūpējas abi vecāki. Protams, ģimenēs ir atšķirības. Citās ģimenēs strādā mājkalpotāja, citas to nevar atļauties vai arī nevēlas.

5.2.3. Piederība videi aiz mājas robežām

Izpratne par *māju* veidojas saistībā ar mājas iekšējo un ārējo vidi. Mājas patērēšanā būtiska ir gan ainava, kas skatienam atklājas aiz logiem, gan ainava, kurā iekļaujas pati mājas ēka, gan mājas atrašanās vietas ģeogrāfiskais novietojums un vēsture. *Vieta* ietver gan utilitāru vērtību, gan netveramas vērtības – piemēram, piederības vietai izjūtu un skaistumu. Stāstot par mājām, cilvēki parasti akcentē nevis ģeogrāfisku virzienu, bet gan mājas ideju, ko pavada noteikti tēli un jūtas. Vietas stāsta, kas mēs esam un kāda ir mūsu izturēšanās, precīzāk, “esot kaut kur, esam kaut kas” (Cheng et al. 2003: 89). *Vieta* tiek konstruēta un turpina veidoties saistībā ar sociālajiem un politiskajiem procesiem. Tādējādi māja ietver arī *vietas piederības* izjūtu. Jēdzieni *vietas izjūta* un *piesaiste vietai* tiek lietoti, lai raksturotu sarežģītās attiecības, kādas cilvēkiem veidojas ar vidi, un tajās bieži ir daudz spēcīgas emocionalitātes, kas ietekmē indivīdu vides uztveri, pieredzi un priekšstatus par vērtībām.



5.20. att. Cilvēku darbības ietekme uz vietu kā apdzīvotu telpu (pēc Cheng et al. 2003)

Biofiziski procesi ietver dabiskas un cilvēku radītas iezīmes un procesus. Sociālās un kultūras nozīmes ir pasaulē pastāvošās idejas, vērtības un pārliecības. Sociālie un politiskie procesi ietver dažādus cilvēka darbības veidus, sākot no individuālas attieksmes pret dabu un resursiem līdz politiskām spēlēm un konfliktiem. Katrs no šiem spēkiem veido priekšstatu par to, kā izturēties pret konkrētu vietu.

Mājas vietas izvēlē iespējamās atšķirīgas pieejas. Par vietas piederības nozīmi vairāk sk. promocijas darba 3. nodaļā, kur atzīmēts, ka saistībā ar dzīvesvietu 20. gs. otrajā pusē Rietumu sabiedrībā veidojās jauna attieksme pret piederību dzīvesvietai – “izvēles piederība” (*elective belonging*), kas pamatā saistīta ar ekonomiskiem apsvērumiem, tātad ar patēriņa iespēju. Arī vairums Pierīgas jauno privātmāju īpašnieki *izvēlējās* piepilsētu par savu dzīvesvietu, jo dzimtas saknes meklējamās nevis Pierīgā, bet citās Latvijas vietās. Pētījuma respondenti stāsta, kā viņi izvēlējušies vietu mājai.

Mēs gribējām Bergos. Tāpēc, ka iepriekš arī dzīvojām Bergos. (Aleksis)

Mēs neizvēlējamies vietu, mums piedāvāja. Godīgi sakot, pat bija tā kā stulbi, ka mēs šito izvēlējamies, jo te nekā nebūs. Piedāvāja arī pie Fizikas institūta 1200 m², bet tur baigais purvs. Likās, ka gribas lielāku to zemi. (Juris)

Māja Pierīgā un zemes cena – ir izvēle, tāpēc esam te, un te ir transports. (Oskars)

Burgmanis un Šķilters (2011) uzskata, ka Pierīgas gadījumā pētniecībā ir grūtāk izmantot tādu kategoriju kā “reāla vieta”, jo Pierīgas reģiona jēdziens ir salīdzinoši jauns, turklāt ģeogrāfiski tas ir ļoti izplūdis, tāpēc Pierīgā dzīvojošiem ir sarežģītāk definēt, kur atrodas viņu “mājas”.

Es varu runāt par savu ielu varbūt. Patiesībā mani tas gan interesē, gan neinteresē, man tai interesei neatliek laika. Es nejutos kā salaspiliete, lai gan es te dzīvoju pietiekami ilgi, skaties 31 gads, bet es te gan esmu, gan neesmu. (Marija)

Nesaku, ka ļoti labi te jutos un tā ir mana sapņu vieta. Domāju, ka vīrs un bērni te jūtas labi. Ērti nokļūt, Rīgas tuvums. Es gribētu lielāku to zaļo zonu un plašumu. Bet mūsu dzīves ritms tad vēl bija straujš, un tas noteica izvēli šeit. (Maija)

Nepatīk šī vieta. Neesam rīdzinieki, gribētos arī darbu ne Rīgā. Gribētu vairāk lauku vidē, piemēram, Cēsīs. Bet viss jau piemērots darbam – darbs Rīgā. Ja atrastu līdzcērtīgu darbu Cēsīs, tad es pārdotu un rīt vairs mani te nesastaptu. Es sevi salīdzinu ar cilvēkiem Īrijā – viņi strādā, pelna naudu, bet piederīgi citai vietai. (Andris)

Es nevarētu teikt, ka esmu vietējā. Drīzāk savos laukos, kur nedzīvoju 20 gadus, esmu vietējā. (Valda)

Pētījumā identificējas respondentu atsvešinātā attieksme pret savu dzīvesvietu, ietverot nejaušības un neparastas motivācijas, piemēram, “mana motivācija bija nedzīvot kopā ar kādu, kas turpat aiz žoga ar skaļruni dzenā savu Zāru” vai arī: “..domāju, cik jauki būtu dzīvot Siguldā, un tas arī piepildījās. Domas, ko tu aizsūti augšā, materializējas”.

Kā liecina telefonaptaušanas dati, Pierīga uzskatāma par ļoti iekārojamu dzīvesvietu, jo pārlicinošs vairākums aptaujāto Pierīgas iedzīvotāju ir apmierināti ar savu dzīvesvietu – vidēji 81% respondentu ieteiktu šeit dzīvot saviem draugiem, bet 10% to nedarītu. Analizējot datus detalizētāk, vērojams, ka izteikumam “*Es ieteiktu šeit dzīvot saviem draugiem*” piekrita izteikts vairākums aptaujāto Siguldas novadā (95%), Ādažu novadā (92%), Krimuldā (90%), Babītē (89%), Mālpilī (89%), Saulkrastos (88%), Sējas novadā (88%), Ķekavā (85%), Garkalnes novadā (84%), Baložos (83%) un Olaines pagastā (81%). Savukārt salīdzinoši biežāk apgalvojumam nepiekrita aptaujātie Allažu pagastā (23%), Daugmales pagastā (21%) un Salas pagastā (21%). Šajā gadījumā kvantitatīvie dati parāda vairāk vispārēju priekšstatu par dzīvi Pierīgā, bet kvalitatīvais pētījums atspoguļo respondentu personisko pieredzi, ietverot arī grūtības un vilšanos. Turklāt, kā jau minēts iepriekš, jauno privātmāju īpašnieku vietas piederība izteikti asociējas tikai ar savu māju un sētu, īpaši, ja iepriekšējā dzīvesvieta bijusi citā reģionā. Kvalitatīvā pētījuma respondentu izteikumi par dzīvesvietā pieejamo sadzīves infrastruktūru liecina, ka piepilsētā daudzās jaunajās mājās nākas samierināties ar sadzīves ērtību trūkumu.

Kad nopirkām, te bija pļava. Te ir ap 50 gruntsgabalu. Ceļi bija, elektrība arī bija ievilkta. Mums bija svarīga vieta, lai ir liels zemes gabals, lai neviens netraucē. Tas noteicošais – vieta un ūdens, te ir ezers. Ir artēziskais urbums, vietējā kanalizācija. Apkure – siltumsūkņi. Pērkam tikai elektrību un atkritumu izvešanu. (Rolands)

Mums ir ūdens iekšā, karstais, aukstais, sava spice ir, mums ir kanalizācijas akas, un īstenībā tas viss sūcas zemē un reizi pa reizei ir jāizsauc mašīna, vismaz reizi gadā. Citās mājās, kur cilvēki ir bagātāki, turīgāki, kur vairāk ir bijis naudiņas, ir ierīkojuši bioloģisko attīrīšanas iekārtu. Mums ir vanna, bet kāpēc mēs to vannu nelietojam, tāpēc, ka pielej tās akas un praktiski nepietiek... mums tas visu laiku ir prātā, ka tās akas ir pilnas, ko darīt un kā būt. Akas izvešana maksā 15 latus. Mums ir smilšaina augsne un smuki sasūcas iekšā. (Marija)

Mums pilsētas gāze apkurei, kanalizācija pašiem sava. Rok centrālo, bet apsveram, vai gribam, jo mūsējā tikai reizi trīs gados jāved ārā. Ļoti laba kanalizācija – uz abām mājām viena. Iznāk lētāk. (Lauma)

Man ir pilnīgi visas Latvijā iespējamās komunikācijas. Pat ceļš uz māju ir bruģēts. Dome tīra. (Matīss)

Ūdens pagasta, kanalizācija savējā. Gāze nav. Lattelecom nav. Šīs trīs mājas, kas te ir, bija viena īpašnieka zeme, viņi zemi pārdeva tam, kas te cēla šīs mājas. Ceļš, kas ienāk mūsu mājās, ir privātais, paši šķūrējam sniegu, vienkārši ārprātā. (Liene)

Atšķirības sadzīves infrastruktūras nodrošinājumā saistītas, protams, vispirms ar mājas atrašanās vietu. Vietējās pašvaldības atbildība, jauno būvniecības projektu attīstītāju atbildība, kā arī mājas atrašanās vēsturisko ciemu robežās vai *plavās* ir faktori, kas ietekmē infrastruktūru. Pēc sociālisma sabrukuma neolibēralisma ideoloģija spēcīgi ietekmēja institucionālās reformas. Valdības uzskatīja, ka galvenā jaunā prioritāte ir privātā īpašuma atjaunošana, to prasīja arī starptautiskie aktori. Arī Igaunijā Tallinas suburbanizācijas process sastapa līdzīgas problēmas. Igaņu pētnieces Anne Kērika un Kadri Lētmā (Kährrik & Leetmaa 2009) pētījumā par Tallinas piepilsētu secinājušas, ka pēc iedzīvotāju sastāva vērtējuma, jaunās apdzīvotās vietas ir tipoloģiski viendabīgas – tajās pārsvarā dzīvo jaunas, labi izglītotas, iestādēs vai biznesā nodarbinātas igauņu ģimenes, kas pārstāv turīgāko iedzīvotāju daļu. Šādām ģimenēm nebija padomju *piepilsētas pieredze*, un lēmums pārcelties uz piepilsētu bieži bijis spontāns un nejaušs, daudzi no viņiem augstprātīgi ticēja, ka pēc celtniecības pabeigšanas sadzīves infrastruktūras sakārtošana un pakalpojumi automātiski attieksies uz būvniecības attīstītājiem vai vietējām pašvaldībām. Arī Pierīgas jauno privātmāju īpašniekos ir neziņa, kā viņu sadzīve veidosies tālāk.

Nezinu, vai te ir kaut kādi plāni. Kaut ko jau plāno. Man šobrīd ir gāzes apkure, kanalizācija vietējā. Pie centrālās diez vai pieslēgsimies. (Andris no Stopiņiem)

Arī Valda ir neziņā par pieslēgumu centralizētai kanalizācijai.

Tas atkarīgs no maksātspējas, pasaka – pieslēdzies, un, ja tas maksā desmit tūkstošus, tad tādas naudas nav. Kā var piespiest?!

Atšķirīgi nosacījumi piepilsētu apbūvē ir noteikti Vācijā.

Visur Brēmenes piepilsētā infrastruktūra ir centralizēta. Celt māju uz lauksaimniecības zemes bez kanalizācijas un ūdens pievada nevar. (Karīna)



5.21. att. Iela Brēmenes piepilsētā



5.22. att. Lauksaimnieciskās ražošanas teritorija Brēmenes piepilsētā

Apdzīvotās zonas Brēmenes piepilsētā tiek veidotas vienkopus ar centralizētu sadzīves infrastruktūru. Piepilsētā ir arī ražošanas un lauksaimniecības teritorijas, kas norobežotas no dzīvojamām zonām un savstarpēji saistītas ar asfaltētiem ceļiem.

Pierīgā daudzviet nav nozīmīgu valsts ieguldījumu infrastruktūrā. Tomēr kvantitatīvā pētījuma aptaujā, atbildot uz jautājumu “Vai esat apmierināts ar ekoloģisko situāciju savā novadā?”, 81% no visiem Pierīgas respondentiem pauda apmierinātību, bet vēl lielāks apmierināto īpatsvars ir Siguldā (97%), Babītē (91%) un Ropažos (90%). Sliktāk savu novadu vērtējuši baldonieši – apmierināti ar ekoloģisko situāciju bijuši 55% Baldonē aptaujāto. Respondentu apmierinātība, iespējams, vairāk attiecas uz sava novada dabu un novada centra sakārtotību, mazāk – uz savas mājas sadzīves infrastruktūras saistību ar ekoloģisko situāciju.

5.2.4. Dzīvesvietā balstīta sadarbība

Ir grūti veidot vispārēju cilvēka un *vietas* saistības definējumu, jo cilvēki savas dzīves laikā bieži maina *vietas*, un tas liek domāt, ka *vieta* nav vienīgi fizisks fons cilvēku darbībai. *Vieta* konstruē darbības, palīdzot cilvēkiem atklāt ērtības un jēgu, uzskata A. Čens, L. Krūgers un A. Daniels (Cheng, Kruger & Daniels 2003: 87). Minētie autori uzsver, ka *vieta* prasa no cilvēkiem apgūt sadzīvošanu citam ar citu, un to īstenot var, tikai īstenojot noteiktas vides apdzīvošanas prakses, kas balstās gan uz paļaušanos, gan uz audzināšanu. Šādas partnerattiecības tiek sauktas par “dzīves vietā balstītu sadarbību”.

Respondenti, kuru atbildes analizētas pētījuma kvalitatīvajā daļā, samērā līdzīgi izsakās par savām attiecībām ar kaimiņiem: neplēšamies, bet draudzību arī īpaši nemeklējam. Kaimiņu vērtējumā var saskatīt vairākas iezīmes: vispirms, vai kaimiņi atrodas līdzīgā sociālajā līmenī; vai ir iespējama kāda praktiska sadarbība; vai bērni draudzējas, un tādējādi veidojas arī pieaugušo komunikācija. Iezīmējas arī atziņas, ka sadarbības pamats var būt līdzīgi personiski pārdzīvojumi.

Rolanda ģimenes mājas tuvumā nevar saskatīt nevienu kaimiņu sētu.

Te tie gabali lieli, ja kāds uzbūvēs, tad jau tā sajūta būs cita. Kaimiņi? Normāli, bet tādas diasporas nav, lai taisītu ballītes. Divus kilometrus uz dienvidiem ir tāda veca dzimta, tie tur visu ko dara, zivis kūpina.

Silvija gatava izstāstīt visu, ko zina par apkārtnē dzīvojošiem, tomēr tas nav daudz, arī komunikācija bijusi vienīgi saistībā ar praktiskām māsaimniecības darbībām.

Es esmu intraverta, ar kaimiņiem netusēju. Te ir latvietis kaimiņš, krievs un azerbaidžānis vai armēnis. Blakus kaimiņš ir jūrnieks, ilgi aizbrauc. Te viens aicināja, kopā kūpinājām... Vienreiz gaļu kūpinājām, aiznesām kaimiņiem, tie mums atkal atnesa kūpinātas zivis.

Aleksis un Modris nav noskaņoti draudzībai ar kaimiņiem, kā iesmeslu viņi nosauc gan iespējamo kopīgu interešu trūkumu, gan privātās materiālās problēmas.

Ciemos neejam. Tādā līmenī, lai barotu suni, kad esam prom, neielaižamies. Meklējam savus paziņas. Tad, kad nebija sēta, tad kaimiņš Andris, tas tāds sirsnīgāks, teica: „Nu, kopā svinam Jāņus!” Apkārtējie cilvēki ir mūsu līmeņa, bet kopīgas intelektuālas sarunas diez vai iznāktu. (Aleksis)

Ja būtu materiālā situācija labāka, tad arī cilvēki vairāk draudzētos. Tagad katram sava rūpe. Ja tev jādomā par kredītu visu laiku, tad tusiņi un kaimiņi nav prātā. (Modris)

Silvija jūtas nogurusi, lai veidotu attiecības ar kaimiņiem.

Ja visu laiku strādā un esi cilvēkos, tad sestdien un svētdien liekas, ka nevienu negribu redzēt un dzirdēt.

Savukārt divas respondentes stāsta, ka tieši līdzīgi pārdzīvojumi saistībā ar finanšu krīzi veidojuši labas attiecības ar blakus dzīvojošām ģimenēm.

Man ir tāds cilvēku loks, kuri paši izdzīvojuši traku laiku, kurus mēs esam ļoti balstījuši. (Lauma)

Ar kaimiņiem draudzīgi. Svētkos viens otru apsveicam. Visi tā kā savējie, visiem kredīti... Ha, ha ha...! Blakus mājā arī ģimene ar maziem bērniem. Trešajā mājā sievieti vīrs krīzes laikā atstāja, viņa palika ar savu kredītu. Viņš teica: „Es eju prom. Tev paliek māja, kredīts, es neko neņemu – eju prom kā balta lapa. Ja gribi tiesāties, tiesājamiem.” Tā viņa arī viena palika. (Liene)

Vairāki respondenti kaimiņattiecības vērtē kā labas, un tās balstās bērnu kontaktos vai arī dārza produktu apmaiņā.

Mums ļoti labas attiecības, ar tiem kaimiņiem [rāda uz blakus māju], ļoti draudzīgi. Viņi mums dod ķirbjus, mēs viņiem dodam zemenes, parunājamies. Otri kaimiņi atkal ir tādi atturīgi, vēsi, viņi negrib kontaktēties, es domāju, meitenes draudzēsies, jo vienā vecumā, bet nē, meitenes kopā nelaiž. Nu tad mēs nedraudzējamies, bet mēs arī neplēšamies. Mēs te nezinām, kas te apkārt dzīvo īsti. (Marija)

Bērni sapazinās un caur viņiem arī mēs. Mums ir arī kaimiņu suņa bērniņš. (Iveta)

Varu pateikt četrās mājās, ko zinu. Šur tur ir arī kopēji svētki. Pilnīga norobežošanās nav. (Maija)

Promocijas darba autorei, apmeklējot Brēmenes piepilsētu, bija iespēja piedalīties vairāku kopienu pasākumos un novērot kaimiņattiecību veidošanas modeļus.

Pasākumos bija redzams, ka cilvēki ļoti labprāt organizē un piedalās kopīgās aktivitātēs. Stāsta Karīna no Zīkes, kura būdama latviete, 20 gadu laikā ir iedzīvojusies vietējā vācu kopienā un pat aktīvi organizē kopienas pasākumus.

Svarīga lieta Brēmenes piepilsētā ir vietējā kopiena, katrā ciemā tāda ir. Tā organizē dažādas biedrības, piemēram, sporta biedrība manā Zīkē dara lielu darbu ar puikām brīvājā laikā, ir strēlnieku biedrība, dziedāšanas un teātra biedrība. Biedrības parasti dibina tad, ja kopienā rodas kāda problēma, un tur kopā apvienojas gan bagātie, gan nabagie. Zīke nodibināja biedrību, lai uztaisītu peldbaseinu, sāka 8 aktīvistu, bet ātri apvienojās 128 dalībnieki. Kopienas aktivitātēs piedalās apmēram 60% no iedzīvotājiem. Kaimiņi Vācijas piepilsētās ir svarīgi. Apmēram četras reizes gadā kopā sanāk visa kopiena.

Lielākā daļa Pierīgā intervēto respondentu uzsvēra, ka dzīvesvietā kopienas sajūtas nav, arī nejaušās sarunas ar kaimiņiem ir vispārīgas. Daži respondenti gan atzīmēja, ka attiecībās ar kaimiņiem ir savstarpēja uzticēšanās. Savu saistību ar dzīvesvietu kā vāju vērtējuši arī kvantitatīvā pētījuma respondenti. Kādā vietējā nevalstiskā organizācijā, biedrībā, apvienībā, reliģiskā draudzē iesaistījušies 5% no visiem Pierīgā aptaujātajiem, arī pašdarbībā darbojas 5% no respondentiem.

5.3. Privātmāja piepilsētā: patēriņa prakšu izaicinājumi

Nekustamā īpašuma robežas beidzas pie privātā zemes gabala kupicām (robežzīmēm). Tomēr saistība ar *vietu* stiepjas aiz privātmājas žoga tālāk piepilsētā vai pilsētā, kur politiskajos procesos notiek konkrētu pozīciju vai noteiktu interešu grupu atbalsts vietas attīstībai vai ne-attīstībai. Ja “dzīves vietā balstītā sadarbība” ir vāji izteikta, politiski lēmumi, iespējams, bieži netiek pieņemti iedzīvotāju vai konkrētas vietas interesēs. *Vieta* ir spēcīgs spēlētājs politiskajās spēlēs.

5.3.1. Politikas ietekme piepilsētas zonu attīstībā

Politiskie un sociālie procesi ietver gan indivīdu attieksmi pret dabu un vietu, gan politikas attieksmi. Postsociālisma neoliberalisms atbalsta uzņēmējdarbību kā procesu un idealizē priekšstatu par ģimeni (vairāk sk. promocijas darba 2. nodaļā). Šīs divas iezīmes kā nozīmīgi faktori ir ietekmējuši jauno apbūvi Pierīgā. Lielpilsētu *lauku nomales* nav tikai ģeogrāfiski apgabali galvaspilsētas reģionā, tās ir teritorijas, kurās *lauku* apvidi piedzīvo pārmaiņas „kā rezultātu politisko, ekonomisko, sociālo un kultūras attiecību konkurējošām kombinācijām”, secina L. Kūle, atsaucoties uz Gudvinu (Kūle 2008: 12; Goodwin et al. 1995).

Visi pētījumā aptaujātie vietējie politiķi uzsvēra, ka vietējā pašvara patiesībā bijusi bezspēcīga vadīt jaunās apbūves procesus Pierīgā, jo dienaskārtību noteica zemes īpašnieki un viņus lobējošie vietējo domju deputāti.

Kur paši zemes īpašnieki grib kaut ko attīstīt uz savas zemes, lēmums jāpieņem speciālistiem, nevis politiķiem. Dzīvākais piemērs – Ķekava, kurā visa teritorija bija individuālās apbūves teritorija, un pārtapa par rūpniecisko teritoriju tikai tāpēc, ka tirgus pazuda un individuālie teica, ka to vairs nevajag, davai, liekam plānā rūpniecisko teritoriju. Tāda ir mūsu plānošana! Tepat blakus Ķekavā Lapenieku ciematā. Tur var redzēt, kā nevajadzēja darīt. Tur viss sajaukts kopā – angāri, rūpnieciskā teritorija, individuālā apbūve. Tie, kas tur dzīvo, ir nelaimīgi. (Ķekavas deputāts)

Ja man ir zemes īpašums kādi 10 hektāri, un es to gribu sadalīt apbūves gabalos, un ir arī deputāti pazīstami. Kāpēc ne? Kaut gan tajā meža stūrī bez ceļiem to nevajadzētu atļaut. Lēmums tomēr tiek pieņemts. Meža zemi transformē par apbūves zemi, īpašnieks sadala apbūves gabalos un zemi pārdod. Tikai zemi. Nauda ķešā, lai tur tālāk pats velns rīkojas. Tad sākas būvniecība, viens būvē, otrs nē. Tad paliek kā ierakumi, tas vissliktākais, ka nebūvē visu kompleksā. (Siguldas deputāts)

Kolektīvā individualitāte tiek konstruēta vadot vietējās zemes izmantošanas lēmumus vai atdodot lēmumu pieņemšanu tirgus veicinātai attīstībai (Alkon&Traugot 2006:1).

Manas domas, ka vajadzēja ieviest kvotas uz mājokli. Pašvaldība izsludina kvotas, piemēram, šogad mēs drīkstam uzbūvēt 50 dzīvokļus vai mājas. (Ķekavas deputāts)

Mums jau te arī tie veci kooperatīvi, vienā 800 mājas – Eglupē, otrā 250 – Kļavās. Tur arī brīnumi, visi ūdensvadi veci, ceļi švaki, kanalizācija vietējā. Ko mēs varam palīdzēt?! Divas reizes gadā ceļu nogreiderējam. Lai tur visu sataisītu vajag miljonus. Tur dzīvo kādi 2,5 tūkstoši iedzīvotāju, deklarējušies kādi 250. (Inčukalna deputāts)

Zaļie burkšķēja, ka tur pļavā augi aizsargājami, bet visi nāca virsū, ka tur būs iedzīvotāji, nāks nauda. „Mans īpašums, mans vecaistēvs sūri grūti strādāja un to zemīti ieguva, vai es nevaru tur sadalīt un būvēt vai pārdot? Sociālisms beidzies! Padomju vara jau neļāva, tu, ko, atkal kā vecos laikos?!” – nu tā. (Inčukalna deputāts)



5.23. att. Ainavas degradācija



5.24. att. Apbūve meža teritorijā



5.25. att. Rindu mājas Inčukalnā



5.26. att. Rindu mājas Mārupē



5.27. att. Pļavu ciems Pierīgā



5.28. att. Pļavu ciems Ādažos



5.29. att. Apstājusies būvniecība Stopiņos



5.30. att. Pļavu ciems Ķekavā⁷²

5.23.–5.30. attēlos redzamas jaunās apbūves vietas un *pļavu ciemi* Pierīgā, kur celtniecība attīstījies neveiksmīgi. Daļa jauno savrupmāju ir nepabeigtas celtniecības stadijā, jo projekta attīstītājs, iespējams, ir bankrotējis. Daļa māju ir pabeigtas, tajās arī iepriekš ir dzīvots, taču saimnieki nav spējuši samaksāt kredītu bankai un māja ir atsavināta. Šādā situācijā par kopējo teritoriju neviens vairs neatbild. Attēlos redzams, kā degradēta vizuālā ainava. Attēli liecina, ka māju būvniecība notikusi bijušajās lauksaimniecības un meža teritorijās un, būvniecībai apstājoties, ainava nav ieguvusi apdzīvotai vietai raksturīgus elementus, bet dabas ainavas ir iznīcinātas.

⁷² Attēls no izdevuma “Iejas labākai dzīvei Pierīgā”.

LU profesors ģeogrāfijas doktors Oļģerts Nikodemus norāda, ka būtiska nozīme ainavas vērtējumā ir skata perspektīvai no atsevišķiem skatupunktiem vai virzoties pa ceļu vai taku. Valstī notiekoši politiskie, ekonomiskie un saimnieciskie procesi gan tieši, gan netieši ietekmē jebkuras vietas ainavu, tādēļ, kā atzīmē O. Nikodemus, ainavu plānošanai jāklūst par vienu no galvenajiem instrumentiem teritorijas ainaviskās un bioloģiskās daudzveidības saglabāšanā un paaugstināšanā (Nikodemus 2005). Ainava⁷³ ir viena no visredzamākajiem un komunikatīvākajiem medijiem, caur kuru domas, idejas, sajūtas, kā arī vara un sociālā vide tiek prezentēta, atzīst M. Čepčinskis (Czepczyński 2010:67). Ainavas satur gan pagātnes aktivitāšu nospiedumus, gan cilvēku stāstus, atmiņas kā attaisnojumu darbībai tagadnē un nākotnē. „Par augstvērtīgu un estētisku ainavu uzskatāma ainava, kurā pastāv harmonija starp dabas un cilvēku veidotiem ainavas elementiem vai arī ir relatīvi liela vizuālā daudzveidība un harmonija dabas ainavā”, uzskata Oļģerts Nikodemus (Nikodemus 2005). Eiropas Ainavu konvencija definē *ainavu* kā teritoriju tādā nozīmē, kā to uztver cilvēki, un tās raksturs ir dabisku un/vai cilvēku veiktu darbību un mijiedarbību rezultāts. Ainava vienmēr sniedz laikmeta raksturojumu. Ideoloģija un urbānisms ir cieši savīti jebkurā politiskā sistēmā un arī ainavā. Ainavu var skatīt kā pagātnes un tagadnes ideoloģijas rezultātu, kas pārklāts urbāni un agrāri radītajai videi un papildināts ar ekonomiku un kultūru, saistītu ar rituāliem, relikvijām un ikonām (Czepczyński 2010). Pagātne ietekmē šodienas identitāti un nākotnes attīstību. Padomju urbānās apdzīvotās vietas, kuras strādnieku valstī prezentēja režīma mēģinājumus transformēt sabiedrību, pārveidot tradīcijas un kopienas, pētījusi lietuviešu socioloģe Rasa Baločkaite (Baločkaite 2010:64), uzsverot padomju ideoloģijas motivāciju “atbrīvot cilvēkus no idiotiskās lauku dzīves” un konstruēt jaunu sociālistisko subjektivitāti, t. i., veidot padomju strādnieku šķiru.

⁷³ 2005. gada pētījumā “Gaujas Nacionālā parka ainavu estētiskais vērtējums”, ko veica Oļģerts Nikodemus kopā ar asistenti I. Rasu, atzīmēts, ka kopējā Eiropas valstu politika ainavu aizsardzībā un apsaimniekošanā ir noteikta Eiropas Padomes vides ministru 1996. gadā pieņemtajā pamatdokumentā “Viseiropas bioloģiskās un ainavu daudzveidības stratēģija” (*Pan-European Biological and Landscape Diversity Strategy*). Šis dokuments ir stratēģiskais rīcības plāns 1996.–2016. gadam ainavu aizsardzībā, un viens no tā punktiem paredz: *nodrošināt, lai privatizācijas procesā tiktu ievēroti dabas un kultūrvēsturiskās ainavas aizsardzības apsvērumi*. Savukārt 2000. gadā pieņemtā Eiropas ainavu konvencija (Florences konvencija) noteic, ka ir svarīgi ainavu aizsardzību integrēt reģionālajā un pilsētas plānošanas politikā, kā arī kultūras, vides, lauksaimniecības, sociālajās un ekonomiskajās politikās. Pašvaldībām būtu jāpieaicina speciālisti, lai veiktu savā teritorijā ainavu identificēšanu, novērtēšanu un definētu ainavas mērķus (Nikodemus 2005).



5.31. att. Sociālisma perioda būvniecības piemērs Pierīgā



5.32. att. Sociālisma liecības Pierīgas būvētajā vidē

Padomju vara veicināja industrializāciju un urbanizāciju impērijas nomalēs, kur atbalsts padomju sistēmai bija relatīvi vājš, jo samērā spēcīgs bija nacionālistiskais noskaņojums un kolektīvās atmiņas par zaudēto politisko identitāti. Pussabrukušas betona sienas un būves Pierīgas ainavā joprojām atgādina par sociālistisko industrializāciju. Mūri ap rūpnieciskiem objektiem veidoja teritoriju robežas, un šo mūru funkcionālā loma dominēja pār estētisko.

Jauno māju būvniecība Pierīgā vairāk notikusi mazos klāsteros, bieži pļavās saparcelētos zemes gabalos, tāpēc tautā tos sauc par *pļavu ciemiem*. Nelielie jauno privātmāju ciemi, bieži celti nomaļus no vēsturiski apdzīvotām vietām un bez sakārtotas sadzīves infrastruktūras.

Pļavu ciemi, kādi 20 līdz 30 būs, kuros ir 3 vai 4 mājas. Tur, braucot uz upi, bija liela pļava. Cilvēki nāca un masēja mūs, ka vajag pa 0,2 hektāri sadalīt. Paldies dievam, ka viss beidzās un tur neko neiesāka, jo tur jau bija kūdras slānis. Teica, ka visu izņems, sataisīs ceļu un ievilks elektrību. Bija sadalīts kādi 20 gabali. Attīstītājs 4 gabalus pārdeva par 32 tūkstošiem latu, 16 latiem kvadrātmetrā. Tad bankrotēja. Tagad izolē kādus 2 vai 3 pārdeva par 2 latiem kvadrātmetrā.. Tepat pie skolas tā jaunā māja ar 24 dzīvokļiem. Puse ir tukši. Daudz cilvēku tiesas procesos nāk uz pašvaldību. Ir izmesti no mājām, bet ko mēs varam palīdzēt... (Inčukalna deputāts)

Es teicu:...jums jādabū tie lietotāji un jāaizved parādīt jaunās teritorijas. Tur ir 15 metru biezs kūdras slānis, kas mirkst ūdenī...Tādi mums plānotāji. Tagad grib pārdot, jo tur jau nevar dzīvot, ja pagrabā ir 3 miljoni “kaimiņu”. (Ķekavas deputāts)

Viens zemnieks, kam bija zeme pie kapiem uz robežas ar Rīgu, pat to zemi viņš pārdeva. (Stopiņu deputāts)

Vietējās pašvaldības daudzos novados atbalstīja apbūvi zemes gabalos ārpus vēsturiski apdzīvotām vietām, tādējādi it kā veicinot sava novada attīstību. Protams, bija arī deputātu lobēti balsojumi par atbalstu pļavu, meža teritoriju, bijušo lauksaimniecības zemju un pat purvainu teritoriju transformācijai uz individuālo apbūvi. Šobrīd tieši šie

māju puduri ir problēma pašvaldībām, jo jādrošina ar vietējo transportu un citiem pakalpojumiem.

Ļoti vienkārši. Deputāti nobalso, lauksaimniecības zemi transformē, gabalus sadala un tad pārdod. Ir attīstītāji, kas tur mēģina izbūvēt ceļus un komunikācijas. Daži to nemaz nedara, pārdod lētāk bez ceļiem un tā tālāk. Viņi jau vienalga nopelna. Tādā veidā sabūvējuši ciematus, īpaši tas ir Rānavā. Un notiek tā, ka operatīvais transports nevar piebraukt, jo nav ceļu, vai nu tie izbūvēti absolūti nepareizi. (RPR pārstāvis)

Postsociālisma periodā pašvaldību vara pilsētu un piepilsētu plānošanā ir palielinājusies, tomēr juridiskā ietekmēšana jaunajās privāto zemju teritorijās kļuva diezgan vaļīga – politiskā vara vairāk nodarbojās ar detālplānojumiem maziem zemes gabaliem, nevis ar vispusīgu stratēģiju izstrādi zemes lietošanai, kas organizētu celtniecību.

Mums ir ļoti ļoti vāji politiķi. Atklāti sakot, pašvaldības vadītājam jābūt ļoti erudītam cilvēkam. Tā nav nekāda komunālā saimniecība. Tā viņi ar tiem deputātiem tur vienojas un tās zemes plāno. Pašvaldības jau tomēr ir ieinteresētas, lai pie viņiem būvējas, jo tomēr nodokļi. Ja vadītājs būtu saprātīgs, tad viņi kontrolētu to būvniecību. (RPR pārstāvis)

Iespējams, ka neziņa par indivīdu iespējamo rīcību brīva tirgus apstākļos un vēlmi patērēt neļāva postsociālisma valstīm prognozēt un vadīt šo procesu.

Tikai tad, kad plānojumu apstiprinājām, sāka domāt par centriem, par sabiedrisko transportu, bet tad par to nedomāja. Bija pieredzes trūkums, arī likumdošana nebija tik stingra. Zemes īpašnieku, kas gribēja attīstīt, viņu nevarēja apturēt. (Stopiņu deputāts)

Pašvaldībā deputāti ir tikai cilvēki. Kam tad tu knābsi acī, ja tavs vēlētājs grib uz savas zemes attīstīt projektu, kaut gan tas ir tālu mežā, bez ceļiem. (Ādažu deputāts)

Gribu teikt, ja mēs būtu bijuši mazāk atkarīgi no tās iekšējās spriešanas, deputātēšanās... tas spiediens – tam radnieks deputāts, tam nākamam deputātam atkal savas intereses. Ja plānošana vismaz rajona, ja ne lielākā līmenī pateiktu – nē, tur nevar! Jābūt tur, kur kopā ir komunikācijas. Tad mēs, deputāti, kaut zaļi palikdami, nevarētu pieņemt lēmumu, ka tur pļavu ciematīņš, tur trīs mājas, tur piecas mājas. Kā tos bērnus pēc tām uz skolu dabūt?!.... (Siguldas deputāts)

Kur mēs Stopiņos esam nogrēkojuši? Ciemati tika izveidoti, bet netika domāts par sabiedrisko transportu, bet tad rodas bērni... Tagad pieci autobusi vadā bērnus. Tad vēl jātiek uz Rīgu, kas Rīgā mācās. (Stopiņu deputāts)

Neapmierinātība par pašvaldību pārāk mazajām rūpēm saistībā ar bērnu nokļūšanu skolās, par vietām bērnudārzos, par sliktajiem ceļiem izskanēja vairāku kvalitatīvā pētījuma respondentu stāstījumos.

Iela nav apgaismota, nav asfaltēta. Naudas neesot. Te jau tā runā, ka 600 000 bija veloceliņiem, bet nav iekārtots apgaismojums un apzaļumojums tiem celiņiem. Tas apgaismojums esot iebāzts kabatā... Es to projektu redzēju, tur jānomaina melnzemes kārta 6 m platumā, zviedrū lampas, dāņu kabeļi – kur viņi ir, mīļie? Te mainījās vadība, un gali ūdenī. (Aleksis no Garkalnes)

Apmēram pusgadu pēc intervijas (tā notika 2011. gada rudenī) projekts tomēr tika pabeigts, un 2012. gada vasarā celiņš tika oficiāli atklāts. Alekša izteikumu citāts varbūt norāda uz konkrētās pašvaldības neprasmi veidot komunikāciju ar iedzīvotājiem. Līdz ar būvniecības investoru bankrotu, parādās ļoti grūti risināmas problēmas – kas rūpēsies par jauna, bieži vien daļēji izbūvēta, ciemata infrastruktūru un ceļiem.

Gabru ciematā investors būs bankrotējis. Tagad iedzīvotāji prasa, lai pašvaldība pārņem to ceļu, pašvaldība saka, ka nepārņems. Projekts ir, komunikācijas neiet pa ceļu, bet pa tiem grāvjiem, kas ir īpašumā un tur tāda hipotēka uzlikta! (Stopiņu deputāts)

Par spīti daudzajām problēmām, pēdējos desmit gados Pierīga ir strauji attīstījusies un daudzviet jaunā apguve liecina, ka *sapņu mājas* īstenojums to īpašniekiem ir izdevies.



5.33. att. Jaunās privātmājas Mārupē



5.34. att. Jauno privātmāju ciemats Stopiņos



5.35. att. Labiekārtots jaunais ciemats



5.36. att. Jaunās privātmājas Pierīgā

5.33.–5.36. attēlā redzama Pierīgas jauno privātmāju apbūve sakārtotā vidē. Šāds mājas īstenojums vairāk atbilst respondentu izteikumos atpazīstamajam *sapnim* par privātmāju piepilsētā.

Postmodernās patērēšanas tirgus pūlas, lai patērētāju fantāzijas materializētos, bet mediju vide šīs fantāzijas padara gluži vai taustāmas un mudina naudu aizņemties, lai *sapnis* par privātmāju labiekārtotā vidē īstenotos.

5.3.2. Parāds – patērētāju kultūras pavadonis

Kāpēc cilvēki pirka mājas un gribēja dzīvot arī *plavu ciemos* – vai tā bija vēlme piederēt vidusšķirai, kas sevi apliecina ar skaistu māju piepilsētā? Jauna privātmāja nebija vienkārši dzīvošanai nepieciešama vieta – visām pētījumā iesaistītajām ģimenēm jau bija iepriekš iekārtota dzīvesvieta daudzdzīvokļu mājā, dažiem bija arī savrupmāja, bet ne tik moderna un plaša, kā vēlētos. Un vēlmes, kā iepriekš analizēts, atrada attaisnojumu un motivāciju jaunam patēriņam, lai gan privātmāja Pierīgā prasīja ekonomiskas saistības uz vairākiem gadu desmitiem. Tika pārdoti vai ieķīlāti esošie īpašumi, ņemti kredīti gan mājas iegādei, gan tās iekārtojumam. Vairākās ģimenēs bērni un vecāki kļuva savstarpēji finansiāli saistīti – viens ģimenes loceklis ņēma kredītu, galvoja cits, pieaugušu bērnu ģimenes atkal pievienojās vecāku ģimenei, lai realizētu demonstratīvo patēriņu⁷⁴. Vairāku respondentu stāstos var atpazīt Kempbela mūsdienu hēdonisko patērētāju, kas ir sapņu radītājs ar īpašām psihiskām iemaņām⁷⁵.

Mēs dzīvojam “parāda kultūrā” – gan publiskajā, gan privātajā sfērā, gan mikroekonomikas un arī makroekonomikas līmenī. Iespējams, tā ir amerikāniskas attieksmes demonstrācija – gribēt vairāk un nekad nebūt apmierinātam ar to, kas jau ir. Mēs gribam *lietas*, un gribam tās nekavējoties. Droši vien biežāk iegūstam, nekā neiegūstam to, ko vēlamies, tātad patiesībā nevis tikai patērējam, bet bieži *pārtērējam*. Patēriņš un arī *pārtēriņš* vienlaikus ir gan attīstība, gan lāsts, jo patērētāju neremdināmās vēlmes uztur ražotāju radošumu un inovāciju, bet šīs vēlmes bieži kļūst negausīgas un pārmērīgas. Aizvien jauni iedzīvotāju slāņi, kuru dzīvesveids sāk līdzināties bagāto ļaužu patēriņa modeļiem un greznības apliecinājumiem, nonāk sabiedrības publiskajā telpā, nododot savu patēriņa stilu publiskai apskatei un komentēšanai, tostarp medijos. Bet tie, kas sociālajā hierarhijā ir zemāk, seko plašsaziņas līdzekļos publiskotajam slavenību un elites patēriņam. Tas veido “sapni par

⁷⁴ Par demonstratīvā patēriņa teorētiskajiem aspektiem vairāk sk. promocijas darba 1. nodaļā.

⁷⁵ Sīkāk sk. šā darba 3. nodaļā.

tērēšanu”, ko dažkārt var papildīt kādi lētāki pirkumi no greznības lejasgala. Arī dažādas aizdevumu organizācijas un bankas pastāvīgi bombardē patērētājus ar viegli pieejamu kredītu piedāvājumiem, mudinot baudīt it kā neierobežotas iespējas patērēt “šeit un tagad”. Parādam jau sen vairs nav tās nievājošas pieskaņas, kāda tam bija vēl 19. gs. moralizējošajos romānos. Askētisms, racionalitāte un paškontrolē neiederas patērētāju kultūras priekšstats par labu dzīvi. Kredīti kļuva viegli pieejami kopš 20. gs. divdesmitajiem gadiem ASV, rezultējoties reklāmdevēju centieniem uzveikt puritānisko atturību un uzkrāšanu (Ewen 1976). Arī Latvijas brīvvalsts pirmajā periodā bija pieejami banku aizņēmumi, tad sekoja 50 gadu pārrāvums, kad Latvijas iedzīvotāji vairāk domāja par naudas uzkrāšanu, nevis tērēšanu. Ap 2000. gadu Latvijā sākās aktīvs dažādu veidu bankas kredītu piedāvājums un reklamēšana.

Saprast parādu personiskā līmenī ir samērā viegli, bet izprast, ko nozīmē parāds pasaules ekonomikā, ir gandrīz neiespējami. Viljams Herbeks (Kherbek 2012), rakstnieks un lektors, analizējot parāda būtību interneta kultūras žurnālā “*Port-magazine*”, nonāk pie atziņām, ka personiska līmeņa parādi ir savveida spoguļattēls, kas atspoguļo valsts parādu līmeni, un pievienojas uzskatam, ka „patī nauda ir parāds”. Nauda vienmēr saistās ar *parāda* jēdzienu. Jo vairāk naudas apgrozās, jo vairāk parādu to vajā. Bet bez parādiem nebūtu kapitālisma, un cilvēce dzīvotu alās, uzskata Herbeks. Žurnāla “*The Economist*” 2008. gada 16. oktobra komentārā par Kanādas rakstnieces Mārgaretas Atvudas (*Margaret Atwood*) 2008. gadā iznākušo grāmatu “Atmaksāšana: parāds un labklājības ēnas puse” (“*Payback: Debt and the Shadow Side of Wealth*”), atzīmēts, ka Atvudas elegantais un erudītais darbs *aizņēmumus* un *aizdevumus*, kā arī to vēsturisko attīstību, apskata no finanšu, psiholoģijas, teoloģijas, literatūras un ekoloģijas skatupunktiem, tomēr saturs mazāk saistīts ar ekonomiku, vairāk ar cilvēka dabu. Parāds ir tikpat sens kā civilizācija. Parāda ideja ir atkarīga no kopējās taisnīguma izpratnes – ja notikusi aizņemšanās, un parāds netiek maksāts, tad taisnīgums ir pārkāpts. Tomēr parāds nav morāli neitrāls fenomens. Aizņēmumam ir pārāk daudz samaitātības pazīmju, teikts “*The Economist*” komentārā. Tāpēc aizdevējs tiek uzverts kā nežēlīgs un parāds bieži tiek raksturots ar nežēlīgām metaforām (*nomācošs, gremdējošs, iznīcinošs*). Nepiekāpīgi valda princips “laiks ir nauda”, un parādam ir, ja ne gluži dzīvības cena, tad atstrādāšanas cena gan. Galu galā parāds ir veids, kā cilvēki slēdz derības par savu nākotni, liekot uz spēles savas spējas, gudrību, centību un veiksmi. Ja šīs derības neizdodas un kaut kā – spēju, gudrības vai veiksmes – izrādās par maz, tad iestājas sekas.

Promocijas darba pētījumā iekļauto respondentu privātmājas īstenojuma prakse saistīta ar liela mēroga hipotekāro kredītu, kas ekonomiskas augšupejas apstākļos nav šķīstis pārāk apgrūtināši, tomēr, 2008. gadā sākoties finanšu krīzei, daudzas ģimenes piedzīvoja smagus finansiālus zaudējumus un psiholoģiskas krīzes. Intervijās vairāki respondenti atzīst, ka kredītu ņēmuši, paļaujoties uz valsts radīto ilūziju par bezproblēmu nākotni.

Valsts radīja ilūziju, ka viss arvien labāk un labāk, arī pašiem rodas tad ilūzija, ka sliktāk nekad nebūs. Domājām, dzīvokli pārdosim, būs viss kārtībā. Ar to viss beidzās, dzīvokli nepārdevām. Ņemam kredītbrīvdienas, atliktos maksājumus. Mājai cena jau bija viena, bet mēs ņēmām, lai varētu izremontēt, iekārtot. (Liene)

Tad pēkšņi kredīti sākās un mēs to shēmu izplānojām, un... Un tajā brīdī bija ticība, ka būs labi, ka strādāsim, ka ieķīlāsim... (Marija)

To, kas piedzīvots, uzņemoties kredītsaistības, respondenti apraksta ļoti emocionāli.

Saspringtība bija kredīta dēļ. Man bija nepatīkami, ka man naktī atnāk īsziņa, ka no mana konta noņem naudu, jo izrādās, ka vīra kontā nepietiek. Tajā brīdī man bija šoks. Tad es sapratu to apdraudētību, ka man neviens, pat nepajautājot, noņem naudu... Esmu pozitīvi domājoša, es domāju, ka viss nokārtosies. Es paļaujos. Un mani Dieviņš sargā. (Sondra)

Stāsta Liene un piemin arī kaimiņu likteņstāstus:

Kādu laiku vēl visu to vilkām. Tad uznāca tā pašvaldību apvienošana. Vīrs pazaudēja vienu darbu 2009. gada vasarā. Vēl 500 latu no algas nost. Mēs tomēr cīnāmies līdz pēdējam par to māju. Tās ģimenes, kas šķiras, tur ir ārprāts, kas darās. Paliek milzīgais kredīts un viss, bet tev vēl jādzīvo tālāk.

Ja nebūtu tas kredīts, tad kur gan mēs nevarētu aizbraukt, mums patīk ceļot. Tas kredīts ir nežēlīgi, katru mēnesi. Viņš sit pa nerviem... (Aleksis)

Māja piepilsētā vairāk ir izaicinājums sievietēm nekā vīriešiem un izaicinājums saistās gan ar ģimenes finansēm un kredītu, gan piepilsētas infrastruktūru, gan atbildību par ģimeni. Bieži tieši sievietes strādā, aizmirstot par veselību un dzīves kvalitāti. Kā secināts A.Kalniņas un V.Meņšikova pētījumā par Cilvēkdrošību Latvijā (Kalniņa & Meņšikovs 2003), un to apliecina arī Pierīgas respondenti, sievietēm ir izteiktāka apdraudējuma izjūta, jo viņas lielākā mērā jūtas atbildīgas par sevi, savu ģimeni un apkārtējiem cilvēkiem kopumā.

Pirms trim gadiem es Krimā nokritu un laužu muguru, tiku paralizēta, dīvainā kārtā izķepurojos. Tagad man diezgan laba invalīda pensija un plus es vēl strādāju. Tagad sanāk, ka es esmu tā lielā vilcēja. Man veselība tomēr nav laba, bet es nevaru atļauties ņemt pat slimības lapu. (Jadviga)

Vairākus gadus Mairas veiksmīgā profesionālā darbība un liela mēroga patēriņa prakses realizējums greznā savrupmājā Pierīgā bija īsts veiksmes stāsts.

Strādāju, pietiekami labi pelnīju. Kredīts bija jāņem vēl lielāks, jo tāmes auga. Kredīta summa izveidojās 140 000 latu. Banka spieda pat ņemt lielāku kredītu. Teritorija netika pietiekami apsargāta, daudz kam pieauga kājas, materiāli pazuda. Izdevumi pieauga. Kredītmaksājums sanāca ap 700 latu mēnesī plus vēl 200 latu mašīna. Tad vīrs pazaudēja darbu. Viņš no tā vairs nevarēja atgūties. Iznāca tā, ka visus pēdējos sešus gadus biju viena pati. (Maira)

Mairai izdevās māju pārdot, lai daļēji nosegtu parādus. Ģimene vairs nav kopā, un Maira, tāpat kā viņas vīrs, dzīvo īrētā dzīvoklī.

Patērētāju kultūra veicina pretrunas, piedāvājot pasauli ārpus trūkuma un grūtībām – kā pārpilnības sapni, bet tās darbība realizējas caur patēriņa priekšmetiem, vērtību monetāru aprēķināšanu. Promocijas darba pētījumā lielākā daļa iesaistīto respondentu uz jautājumu, vai lēmumu par kredīta ņemšanu ietekmēja vispārējs sabiedrības viedoklis, atbildēja apstiprinoši. Kvalitatīvie dati apliecina, ka lielākā daļa respondentu nav spējuši paši novērtēt ilgstoša kredīta izaicinājumus un apdraudējumus, jo dzīve sociālismā nedeva iespēju šādu pieredzi apgūt. Promocijas darba ievadā citēts R. Zīles viedoklis, kurā politiķis pauž bažas, ka ilgstošs parāds demoralizē cilvēku un atņem motīvu strādāt legālu darbu. Turklāt, samazinoties ienākumiem, kredīta ņēmēji nespēj nomaksāt bankai aizņēmumu, un var gadīties, ka nekustamais īpašums jāzaudē.



5.37. att. Bankas atsavināta privātmāja Pierīgā

5.37. attēlā redzamā privātmāja īpašniekiem atsavināta, to piedāvā iegādāties publiskā izsolē. Mājas durvis aizsistas ar dēļiem, ieejas norobežo brīdinoša lente.

Pētījuma respondenta Egīla mājas patērēšanas prakse rezultējās ne tikai ar bankas kreditētās mājas atsavināšanu, bet arī ar citu īpašumu un uzņēmuma atņemšanu, tādējādi viņš zaudēja iespēju turpināt uzņēmējdarbību un legālu nodarbinātību.

Vispirms pārdevām dzīvokli, samaksāju 40 000 eiro par māju, tomēr atņēma māju un vasarnīcu. Tagad man 50 gadi, sievai 40 un nav jumta virs galvas. Tagad kaut ko mēģinu kustināt, maksāju mēnesī 480 Ls par dažādām īrēm. Nu tagad mēs īrējam dzīvokli 120 latu mēnesī. Taisu vēl kaut kādu biznesu. Noīrēju telpu, loku kaut kādus dzelžus. Maksāju par telpu nomu 360 latu mēnesī, ceru, ka kaut kas vēl veiksies. Uzņēmums uz sievas vārda, es strādāju uz pilnvaras pamata. Sliktākais tas, ka esmu spiests dzīvot pelēkajā zonā. Ne algu sev, ne ko atļauties.

Ja aizņēmumu nav iespējams atmaksāt un īpašums pazaudēts, parādos nonākušie spiesti dzīvot ekonomikas *pelēkajā* zonā. 2011. gada beigās Latvijā kopumā no mājāsaimniecībām izsniegtajiem banku kredītiem maksājuma kavējumi bija 30,8 procentiem (LR Centrālā statistikas pārvalde). Savukārt 2012. gadā ap 10% jauno privātmāju Pierīgā bija nepabeigtas būvniecības stadijā vai arī tādēļ, ka īpašnieki nespēja nomaksāt kredītu, bija kļuvušas par banku īpašumiem, daudzas no šīm ēkām netiek apdzīvotas⁷⁶.

5.3.3. Mājas īstenojums – gandarījums/vilšanās patēriņa praksē

Sociālās un patēriņa prakses bieži bauda publisku uzmanību, un veiksmes gadījumos indivīdi to sajūt kā ārēju atzinību, bet prakses realizācija rada arī labu pašsajūtu un pašatzinību, uzskata Elans Vords. Prakses veikuma novērtējumi nereti ietver respektu pret sasniegto rezultātu, un tas stimulē centienus turpināt šādu praksi īstenot, pat ja šķiet, ka tās realizācijas procesā varētu būt sarežģījumi. Pētījuma respondentu stāstījumi ietver atziņas par to, kā citi vērtējuši mājas īstenojumu. Nenoliedzama un cilvēciski saprotama ir patērētāju vēlme būt apbrīnotiem par savu veikumu un tikt izceltiem citu, līdzīgu praksi veikušu, indivīdu vidū. Silvija, uz jautājumu, ko saka draugi par jauno māju, atbild ar labsirdīga humora pieskaņu, tomēr balsī saklausāma pārākuma pieskaņa:

Saka, ka maza. Baigi kritizē, bet paši dzīvo Baložos dzīvoklī. Mans brālis arī saka, ka par mazu, bet pašam Līvānu tipa māja.

⁷⁶ 2014.gada 10.aprīlī Latvijas Vēstneša portāla izsoļu sadaļa ziņo, ka izsolēs var iegādāties 30 (!) nekustamos īpašumus - zemes gabalus Klusajā ielā un Sapņu ielā, Peltēs, Siguldas pagastā. Te bija iecerēts "sapņu māju" ciemats. Laikam tāpēc viena no ielām nosaukta par Sapņu ielu. (Skat. [Latvijas Vēstnesis](#) > [10.04.2014.](#), Nr.72 (5132) > [Oficiālie paziņojumi](#) > [Izsoles](#))

Mairas ģimenes māja raksturojama kā īpaši dārga un neparasta vietējā vidē, tāpēc Maira joprojām, kaut māja pārdota, atceras sasniegto rezultātu.

Viennozīmīgi gribējās, lai citi novērtē. Man nav nekādas mākslinieciskās izglītības, bet citi teica, ka man tas nāk no iekšām. Viņiem nelikās, ka esam vienkārši cilvēki, domāja, ka mēs lieli biznesmeņi, liela māja...

Citai ģimenei patēriņa prakse balstīta apziņā, ka pašu ienākumi ir pietiekami normālai dzīvei, bet, ja citi viņu veikumu apbrīno, tātad paceļ augstāk par normālā mērogu.

Draugi teica: "Vau! Māja! Nu jā, viņi jau var atļauties!" Tad pelnījām kopā 1300 latus, kredīts 500, likās, ka varam. Normāli dzīvojām. Visi, kas ienāca iekšā: "O!", viss tā smuki, viss jauns. (Liene)

Citā grupā apvienojami respondenti, kuri uzskata, ka neizceļas draugu vidū, jo arī tiem ir mājas, varbūt pat labākas; augstāks līmenis varētu būt vienīgi, ja salīdzina sevi ar trūcīgākiem paziņām vai pensionāriem.

Varbūt zināms apbrīns ir. Draugi arī ir dažādi ar dažādām iespējām. Tie, kam ir tikai dzīvoklis, tie varbūt ar apbrīno. Arī, kuri jau ir pensijā un kuri neko vairāk neiespēs. Bet daudzi jau paši sāka meklēt un būvēt kādu māju. (Maija)

Paziņām un draugiem jau visiem ir savas mājas, vēl labākas. Daudzi draugi teica, ka laba mana mājiņa, un – kāpēc paši cēlām tik lielu! Māja mums ir kopīgs sarunu temats, cik maksā apkure, un tā tālāk. (Matīss)

Marijas ģimene iepriekš dzīvojusi pieticīgi, tāpēc viņai šķiet, ka draugi patiešām no sirds priecājas par viņu veikumu.

Ja atnāk pirmoreiz ciemos, tad ir prieks, apbrīna. Ne jau tā, ka uh!, mums arī nav tāds nekas sevišķs, bet prieks un apbrīna, ka mēs to tomēr esam izdarījuši. Viņi visi to zina, ka tad, kad mēs sākām dzīvot, mums bija viena pati istabiņa 13 m², mums meita tur piedzima. Pie sienas mums karājās velosipēds, zem velosipēda mums bija elektriskā plītiņa, kur es vārīju bērnam putru, mēs tā dzīvojām.

Svarīgs var būt arī vecāku ģimenes locekļu vērtējums, ja tas saskan ar paša viedokli.

Līgai vecotēvu atvedām no Latgales, vajadzēja pie ārstiem, tad bija vēl dzīvoklis. Viņš teica, kā jūs te varat dzīvot, te jau nav kur nopirsties! Kā tādā Rīgas dzīvoklī var dzīvot? (Dainis, Līgas vīrs)

Respondentu izteikumi atspoguļo arī viedokli, ka paziņu un kolēģu attieksme varētu būt skaudīga, tāpēc labāk par savu labo dzīvi un skaisto māju citiem daudz nestāstīt.

Darba kolēģus negribētu aicināt, viņi jauni, varbūt nesapratīs, ka cilvēki brieduma gados var kaut ko sakrāt un atļauties. Mazliet neērti par to, ka ir labi. Tāda sajūta dažkārt... (Līga)

Analizējot prakses, svarīgi ir pētīt, kāda ir indivīdu spēja praksi realizēt zinoši un mērķtiecīgi, kā arī pētīt, kā cilvēki saprot to, ko prakse no viņiem prasa (Warde 2005).

Labi, ka samērojām mūsu iespējas un neiegādājāmos lielāku māju un varam arī šur tur aizbraukt. Tāda sajūta, ka kaut kas būtu mainījies, nav. Esam jutušies, kā cilvēki ar stabiliem ieņēmumiem. Kaut lietotas, bet katram ir mašīna. Nevaru teikt, ka no kaut kā stipri atteiktos. (Maija)

Maijas ģimene mājas īstenojumu ir organizējusi un realizējusi atbildīgi, izprotot iespējamos riskus, balstoties uz zināšanām un izpratni par emocijām, tātad rīkojusies pietiekami *profesionāli*. Svarīga ir prakses iekšējā dinamika un dažādu faktoru ietekme. Lēmuma strauja pieņemšana par liela mēroga patēriņu var sākties ar pārliecību, bet beigties ar vilšanos. Citādi mājas īstenojums notika Egīlam.

Meklējām četrstabu [dzīvokli], paskatījos – Ķengaragā 100 000 eiro. O, bože! Māja arī tikpat. Tad jau labāk māju. Varu uzcept gaļu, mašīnu nolikt, suni palaist ārā. Tepat arī – piecus kilometrus tālāk par Ķengaragu, tā arī iekritām tajā pasākumā. Mājā nodzīvoju piecus gadus, grīda iebruka.

Arī Maira stāsta par vieglu lēmuma pieņemšanu.

Mēneša laikā pieņēmām lēmumu un mainījām dzīvesvietu no Jelgavas uz Siguldu. Īrējām četrstabu dzīvokli pie stacijas, tad sākām būvēt māju.

Katrs patērētājs, protams, var uzņemties atbildību par paša spējām vadīt patēriņu. “*Es domāju, ko daru*”, uzņemoties lielas kredītsaistības bija pārliecināts Rolands. Vēlme spēlēt uz augstām likmēm, it kā sajūtot savu spēju kontrolēt patēriņu, neļāva kritiski novērtēt personiskos riskus, protams, arī ekonomiskā krīze sagrāva Rolanda pārliecību par drošu nākotni:

Ja būtu laicīgi pārdevis savu dzīvokli, par kuru deva 140 000 eiro un pilnīgi lūdzās, lai pārdodu. Tagad nevaru par 80 000 eiro pārdot. Arī drošības sajūta mums bija, jo visu laiku stāstīja, ka viss iet uz augšu. Esmu apdrošināts, ja kaut kas notiek, tad sievai viss tas kredīts neuzkritīs uz pleciem. Maksājam 70% kredītam, 30% paliek, ar ko dzīvot. Viss, ko nopelnām, aiziet.

Vilšanās ir būtiska, pat raksturīga patēriņa iezīme. To, ka bijušas neveiksmes un kļūdas, atzīst vairāki respondenti.

Zeme ir par lielu. Māja varētu būt ap 200 kvadrātmetriem, nevis 320. Dēli aizgāja paši savā dzīvē. Kad būvējām, tad apzinājāmos jau, ka paliksim mājā divi vien. (Līga)

...veci muļķi! Bija jau arī tā, ka celtnieki kļūdījās, uzmūrēja trīs kārtas augstāk, un tad gribi vai negribi sanāca divas papildus istabas virs garāžas un vēl viena nejauši.
(Dainis)

Mairas ģimene parādu dēļ māju pārdeva. Maira tagad ir dzīvokli blakus zaudētajai „sapņu mājai” uzbūvētā daudzdzīvokļu namā.

Gadu raudāju, nevarēju saņemt pieņemt lēmumu. Pieņēmām lēmumu pārdot, bet gribēju, lai kāds turpina to visu, nevis vienkārši salīmē tapetes. Es dzīvoju tagad tajās mājās ... un katru dienu redzu savu bijušo māju. Lielas smeldzes nav. Irēju dzīvokli ar izpirkšanas tiesībām.

Egīla pieredzē ir bijusi īsti hedoniska patērēšana (Egīla stāsts par dzīvi un mājas īstenojumu ierakstīts, sēžot automašīnā, jo visus nekustamos īpašumus viņš ir zaudējis un kopā ar sievu tagad dzīvo īrētā dzīvoklītī).

Būvēju veikalus, sporta zāles. Trīs miljoni apgrozījums gadā bija. Kādus piecus gadus no vietas gāja pilnīgi normāli. Vairāk varēju atļauties. Nopirku džipu, piedalījāties 5x5 sacensībās. Nopirku kādu lupatu vairāk, kādu teļļu. Tas divstabu dzīvoklis palika par šauru. Meklējām četrstabu. Tad pilnīgi nejauši mans biznesa partneris, ar kuru jātiekas, lai sakārtotu papīrus, saka, ka būvē privātmājas. Es saku: O, kāda cena? 100 000 eiro. O! 150m² rindu mājas Rumbulā. Tur aiz visiem autoplačiem. Kad ievācāmies, tad uzzinājām, ka blakus ir rūpnīca, kas laiž putekļus, aiz 100 metriem – izgāztuve. To jau neviens neteica.

Šo visvarēšanas sajūtu apraksta Tālis Tisenkopfs: “Labākie no viņiem, ja tā varētu izteikties un viņi tam neiebilstu, dzīvoja reibonī, tiekšanās pēc aizvien jauniem labumiem pakārtoja pārējos dzīves elementus. Augšupejas apreibums pārveidoja redzamības zonu: pavājinājās sānu redze jeb principi, izzuda atpakaļ redze jeb refleksija, palika tikai priekšējā redze jeb intereses. Viņi jutās, it kā būtu iekāpuši bērniības vilcienā un tam nebūtu stopkrāna. Bet tie, kuru nebija starp laimīgajiem pasažieriem, patiesībā kāroja to pašu” (Tisenkopfs 2007: 54).

Tomēr pat neveiksmīga patēriņa prakse rada atkal jaunas cerības un patēriņa vēlmes, ko apliecina arī viena no respondentēm: “Mēs tagad būtu gatavi sākt visu atkal no jauna.” Dzīve piepilsētā ir ne tikai prestiža, bet sniedz dažādas papildu kvalitātes dzīvesstilam. Cilvēki tiecas pēc savrūpmājas, ko ieskauj zaļš mauriņš un skaisti izkopts dārzs, lai vasaras pēcpusdienā dārza lapenē socializētos ar savam sociālajam statusam atbilstošiem draugiem. Mājas patērēšanas prakse paredz daudzu vēlmju apmierinājumu. Plašu interesi izraisījis antropologa Maikla Džeksona (*Michael Jackson*) grāmata “Mājās pasaulē” (“*At Home in the World*”, 1995) skaidro, kā cilvēkiem dažādās

sabiedrībās realitātē un ilūzijās rodas mājas esamība. Džeksons savā pētījumā parāda, ka *mājas kā tādas* esamība ir mazāk pamatota ar konkrētu vietu, bet gan vairāk kontekstā ar darbībām, kas šajā vietā notiek. Tādā gadījumā *māja* nav vienkārši *persona*, *lieta* vai *vieta*, bet ar to saistītās aktivitātes, ko veic vai kas notiek ar personu, lietām un vietām. *Māja* ir dzīvot starp doto un izvēlēto, starp “toreiz” un “tagad”, “te” un “tur”. Džeksons uzskata: mēs dzīvojam bezsakņu laikmetā, jo cilvēki nedzīvo vietā, kur dzimuši; viņš raksta: ”... mēs jūtamies pasaulē kā mājās tad, kad tam, ko mēs darām, ir rezultāts, un tam, ko mēs sakām, ir svars” (Jackson 1995:123). Šāds viedoklis ir tuvs ASV filosofam Kuanminam Vu, kurš savdabīgi raksturo mūsdienu cilvēka izjūtas saistībā ar māju: “Kad tu akceptē mani, tādu, kāds esmu, un es akceptēju to, kā tu pieņem mani, tad es esmu mājās” (Kuang-Ming Wu 1993: 194). Tādējādi māja ir tur, kur esam radušies un nepārtraukti turpinām savu esamību citos cilvēkos, viņu esamībā, bet ne savējā, uzskata Š. Maleta. Cilvēki rada savas mājas, bet dara to, ne jau būvējot ēku, lai gan reizēm tā domā. Tāpēc patēriņš bieži dominē un aizvieto emocijās balstītas sociālās prakses. Dzīvesvieta ir tur, kur cilvēki dzīvo, bet *mājas* izjūta rodas ikdienas dzīves praksēs un emocijās.

DISKUSIJA UN SECINĀJUMI

Promocijas darbā pētītas postsociālistiska patēriņa prakses, kas realizētas, *īstenojot sapni par privātmāju* piepilsētas vidē. Pētījuma rezultāti ļauj izprast, kā īstenojas ar privātmājas patēriņu saistītās jaunās prakses un dzīvesveids, un kādi faktori to ietekmē. Pētījums skaidro arī indivīdu un ģimeņu motivāciju un darbības mājas patēriņā, atklājot gandarījumu vai vilšanos par privātmājas īstenojumu un jauno dzīvesveidu. Iezīmēta Latvijā ļoti aktuāla sociāla problēma – kredītsaistību izaicinājumi un to ietekme uz ģimeņu likteņiem. Rezultāti atklāj ne tikai indivīdu un ģimeņu (arī paplašinātu ģimeņu) izpratni un spēju realizēt jaunas patēriņa prakses, bet ļauj izvērtēt arī neolibērālas politikas ekonomikas ietekmi piepilsētas vidē.

Pētījuma teorētiskais pamatojums balstīts *prakses teorijas* pieejā patēriņa pētniecības socioloģiskam skatījumam. Saskaņā ar Elana Vorda viedokli *prakses teorija* ir piemērota patēriņa pētniecībā, jo tā ļauj tuvināt individuālā patērētāja aspektu patērēšanas kopējiem aspektiem.

Prakses teorijas adepti uzskata, ka prakse, pirmkārt, ir atšķirīgu, organizētu aktivitāšu apvienojums; otrkārt, cilvēku dzīvei raksturīgas ir darbības formas, kas veidojas ne kā indivīdu darbības, bet kā prakses; treškārt, ka cilvēku darbību pamatā ir fenomēns, ko nevar ietvert vārdos. Šādai atjaunotās *prakses teorijas* izpratnei par prakses organizāciju ir līdzība ar Pjēra Burdjē un Entonija Gidensa teorijām, lai gan savstarpēji viņu teorētiskie uzskati atšķiras: Burdjē balstās uz *habitus*, “ierobežojumiem” (*stakes*) un kapitālu, bet Gidenss – uz noteikumiem un resursiem.

Promocijas darba pētījums vairāk balstīts Teodora Šacka, viena no vadošiem atjaunotās *prakses teorijas* adeptiem, teorētiskajās atziņās. Zinātniskajās diskusijās bieži tiek salīdzināts Burdjē *habitus* un Šacka *prakses saprotamības (intelligibility)* jēdziens. Saskaņā ar Burdjē teoriju sociālās prakses balstās iepriekšējās pieredzēs dibinātās praktiskās hipotēzēs – *habitus*. Prakses teorētiķu diskusijās dominē viedoklis, ka *habitus* ir pārāk noslēpumains un nepielietojams, turklāt grūti nošķirams no cilvēka prāta izpausmēm. Vords uzskata, ka Burdjē teorija zaudē savu spēku, jo, uzsverot tiešu saikni starp *habitus* un objektīviem apstākļiem, vienlaikus paredz *habitus* starpnieka lomu praksē. Tādējādi indivīdu uzvedības modeļi prakses realizācijā ir vairāk atkarīgi no šķiru noslāņošanās, nevis no prakses organizācijas (Warde 2005: 138). Šacka *prakses saprotamība* ir universālāks jēdziens, kas ietver arī emocijas un palīdz skaidrot gan pašas sociālās prakses, gan vispār cilvēku daudzveidīgās darbības. Prakses teorija, īpaši

Šacka teorētiskajās nostādnēs, tiecas sasniegt vidusceļu starp indivīdiem un struktūrām, lai pārāk daudz uzmanības nepievērstu vai nu tekstuālajiem vai strukturālajiem faktoriem. Tomēr, veicot pētījumus par indivīdu pieredzi, no tā grūti izvairīties. Šacka teorētiskā pieeja vairāk koncentrēta uz procesu pētniecību. Tas nozīmē izprast, kādā veidā indivīdi un struktūru elementi kopīgi vada sociālo prakšu attīstību, un kā šajā procesā neapzināti mainās iesaistītie indivīdi (skat. <http://www.media-anthropology.net/index.php/e-seminar>). Šādu pētījumu uzdevums ir sekot attīstības procesam un izprast dažādu faktoru ietekmi. Tādējādi promocijas darbā izvirzīti un pētīti vairāki privātmājas patēriņu iekmējoši faktori: mājas kā *lietas* patērēšanas motivācija; sociālās stratifikācijas konteksts; ētikas un emocionālais aspekts; piederības vietai izpratne; piepilsēta kā prakses vides konteksts.

Atjaunotā *prakses teorija* nav sociālās teorijas ietverta daļa, bet gan „jumta termins”, kas apvieno dažādus teorētiķus, kuri, koncentrējoties uz indivīdu praksēm, bet nepārspīlējot indivīdu lomu, pēta plašākas nozīmes sociālos kontekstus. B.S. Tērners uzskata: tas, ko mēs attiecinām uz vispārējām praksēm, konstituējas no daudzu atsevišķu indivīdu līdzīgiem ieradumiem, kuri ir pamatā kopā sadzīvošanai (Turner 1994). Ja praksē notiek novirzīšanās no kādas normas, tad iepriekšējā prakse kļūst jau par citu praksi, un atsaukšanās uz vispārējo praksi, uzskata B.Bārns, tad izskatās kā individuāli neizmanto tu vai pārprastu iespēju maskēšana (Barnes 2001: 30).

Arī patēriņa vispārējas prakses rodas vai izmainās kā reakcija uz procesiem, kuri stimulē vai ierobežo patērēšanu. Patērētāju kultūra veido aktīvu dzīvesstilu, uzsverot dzīves telpas, attiecību, identitātes un ķermeņa *pārveidi*. Fantāzijas par sevi “kāds es varētu būt” un “kā es varētu dzīvot” ir motivācija, un pati par sevi patīkama vēlmju sajūta. Tomēr realitāte nevar pastāvēt līdzās “nomoda sapņu” pasaulei, kas iedvesmojas no reklāmas un mītiem par *normālu dzīvi*, tādēļ tirgus nav atkarīgs no vēlmju piepildījuma, bet gan no patērētāju kultūras stimulētas vēlmju atjaunošanās (Campbell 1987: 86; Belk et al. 1996: 370), kas savukārt pārveido patēriņa modeļus. Tāpat Rietumu ikdienas dzīves patēriņa modeļu savienošana ar postsociālisma patērētāju gaidām veidoja pārveidotus patēriņa modeļus. Tomēr tiekšanās pēc moderniem dzīvošanas standartiem nav jauns fenomens un šādi standarti, pielāgoti arī sociālisma valstij, jau sen bija kritērijs sociāli cienījamam stāvoklim. Gan Rietumu, gan postsociālistiskajā vidē ikdienas dzīves patēriņš ir emociju ietekmēts fenomens, kura daba kļūst īpaši neprognozējama postsociālisma sabiedrībā. Tomēr gan ikdienas dzīves *normalitātes* izpratne, gan atmiņas, ko veido bērnībā un jaunībā piedzīvotais, katram

indivīdam ir atšķirīgas, tāpat būtiska ir indivīdu kultūras un ekonomiskā kapitāla ietekme. Patērēšanas modeļus, protams, ietekmē valsts politika, bet dziļāk pamato indivīdu motivācija patērēt. Praktiskuma izpratne bieži ir opozīcijā cilvēku aktivitātēm, kas tiek izmantotas prakses veikšanā. Praktiskuma izpratne pati par sevi reti nosaka to, kā cilvēki rīkojas.

Savukārt lokālā vidē par jēgpilnu darbību bieži atgādina politikas ietekme. Pēc padomju sistēmas sabrukuma beidzās “kolhozu ēra”, zemi atguva tās likumīgie īpašnieki. Daudzi negribēja nodarboties ar lauksaimniecību, veidojās aktīvs zemes pārdošanas un pirkšanas tirgus. Rīgas tuvums noteica augstu zemes cenu Pierīgā. Ap 2000. gadu Latvijā aktīvu darbību sāka Eiropas bankas, kuras piedāvāja viegli pieejamus kredītus zemes un māju iegādei. Daudziem sapnis par privātmāju Pierīgā kļuva reāls. Ja vides veidošanu pakļauj kādām interesēm, tad tā saistās ar varu vai privilēģijām (Alkon & Traugot 2006: 3). Postsociālisma neoliberāla politika atbalsta uzņēmējdarbību kā procesu pašu par sevi un idealizē priekšstatu par ģimeni. Šīs iezīmes var identificēt kā nozīmīgus faktorus, kas pēdējā desmitgadē ir veidojuši jaunās apdzīvojamās teritorijas Pierīgā. Uzņēmējdarbība ir atstājusi saskatāmas politikas vadlīnijas urbānajā attīstībā, bet ilgotā ģimenes idealizācija radījusi dzīvesvietu modeļus – privātmāju pudurus dārgā zemes privātipašumā, daudzviet bez sakārtotas infrastruktūras un bez mūsdienīgas publiskās vides.

Politiski nozīmīgas sociālās un patēriņa prakses bieži kā nozīmīgas uztver arī indivīdi, tāpēc postsociālisma patēriņa praksēs iesaistījās liels skaits cilvēku, turklāt vēsturiskā situācija – valsts neatkarības atgūšana – bija spēcīgs sociāls un emocionāls instruments ļaužu uzskatu veidošanā. Tālis Tisenkopfs literārās socioloģijas pieejā apraksta paaudzi, kura nonāca postsociālisma „starpstacijā”. Dzīvojot sociālismā, šī paaudze it kā „vienojās” par sistēmas izmantošanu un cinisku nicinājumu pret to. „Morāles mierinājumam tika izmantota vēsturiskā atmiņa un pagātnes idealizācija. Patiesībā viņi nepiedeva, ka komunisms nebija vēl pienācis un devis viņiem to, kas viņiem pienācās” (Tisenkopfs 2007: 51). Tad strauji sabruka sociālisms un šai paaudzei pavērās iespēja izpildīt pienākumu pret saviem bērnības sapņiem un veikt „sociālu atreibību”, kā raksta Tisenkopfs, īstenojot privatizāciju, sadalot rūpnīcas, izvedot ražošanas līdzekļus uz pagribiem un piemājas dārziem, un biznesu uztverot kā naudas ātru apriti. Šī paaudze piedzīvoja pirmos datorus un mobilos telefonus, sāka lidot uz ārzemēm, iepirkties Rietumu supermāketos, iegādājās ārzemju automašīnas. Un vēlmi

patērēt uzbudināja reklāmu saukļi: dzīvo tikai vienreiz, tu esi pelnījis labāko! „Vis labais un sliktais, kas sabiedrībā notika, bija viņu autordarbs” (Tisenkopfs 2007: 53).

Tomēr indivīdu interešu vai tieksmju nomainā nav tikai reakcija uz mainīgajiem apstākļiem, bet gan atspoguļo dažāda veida sociālo pieredzi. Līdzīgu viedokli pauž latviešu izcelsmes Bristoles Universitātes zinātniece medicīnas antropoloģijā Vieda Skultāne un argumentē: kaut arī bieži ir ierobežotas iespējas mainīt apstākļus, tomēr, lai paaugstinātu atbildības apziņu par saviem dzīves apstākļiem, simboliski tiek īstenota internalizācija (kultūras vai uzvedības modeļu apguve) (Skultans 2003). V. Skultāne analizē kultūras izpausmes, kas spēj savienot prāta un ķermeņa izjūtas, kā arī indivīda, sabiedrības un politikas intereses. V. Skultānes teorija par triju līdzās pastāvošu fenomenu – subjekta, sociālā un politiskā - savstarpējo mijiedarbību ir noderīga, pētot arī politikas un patēriņa prakšu saistību. Pētniece atzīmē, ka būtiski ir ne tikai vienkārši apzināt trīs teorētiskas perspektīvas, bet gan analizēt, kā šie fenomeni mijiedarbojas. Un var secināt, ka politika ne tikai disciplinē indivīdu, bet arī „ieraksta” indivīdā sociālus protestus (Skultans 1999). Promocijas darba pētījumā atklājas respondentu vājā interese par vidi „aiz mājas robežām” – gan komunikācijā ar kaimiņiem, gan attiekmē pret apkārtējo vidi, jo ainava vēl glabā sociālisma nospiedumus, bet kaimiņi, iespējams, nerada vēlmi pēc komunikācijas. Ierobežotās iespējas radīt sev tīkamu vidi „aiz mājas robežām” veicina tādu kultūras un uzvedības modeļu apguvi, kuri uztur protestu un liek norobežoties. Privātās drošības un savrupības garantēšanai kalpo visai raksturīga piepilsētu prakse – privātmājas norobežošana ar žogu. Cilvēku vēlmi koncentrēt laiku un enerģiju *normalitātes* sfēras radīšanai pašu kontrolētā vidē – privātajā mājas dzīvē, turklāt to norobežojot no publiskās vides, pastiprināja ilgstoši piedzīvotās *nenormālības* sociālisma valsts birokrātijā, sociālajā sfērā un ikdienas dzīvē (Fehérváry 2002: 382). Lai gan sistēmas ir nomainījušās, *normālā* diskurss ikdienas dzīvē ir aktuāls joprojām, jo paaudzes transformācija nav pilnīga.

Gan ar paaudzes pieredzi, gan ar privātu pieredzi cieši saistītas ir atmiņas, bet vienā gadījumā indivīdi var „sacerēt” un „būvēt” atmiņas, izmantojot kopīgo valodu un publisko nozīmi kultūrā, taču citā gadījumā var „sacerēt” tādas atmiņas, kas palīdz justies komfortablāk un stiprina izjūtu stabilitāti (Thomson 1998). Lai gan individuālā un kolektīvā atmiņa nav cieši saistītas, tomēr notiek nepārtraukts to saplūšanas process. Atmiņas atstāj pēdas indivīdu apziņā un, kā liecina pētījuma respondentu izteikumi, atmiņas vistiešākā veidā ietekmē privātmājas īstenojumu. Atmiņas var gan stimulēt, gan apslāpēt vēlmi uzturēt saikni ar pagātni. Runājot par Pierīgas arhitektūru, savulaik,

90. gadu sākumā, arhitekts Jānis Dripe intervijā uzsvēra: ir ļoti maz cilvēku, kuri gribētu atgriezties pie tradīciju vērtībām. Lai forma būtu lakoniska ar jumtu kā ēkas simbolu. Tas liecina, ka iedzīvotāju sociālais sastāvs ir izmainījies un latviskais simbols ir kļuvis svešs. Ienāk daudz nervozākas, saraustītākas formas mājokļu veidolā. Pasūtījumos daudz viltus romantikas, gribas kādu pildrežģi, kaut ko kontrastainu – baltu ar melnu. Jauno privātmāju īpašniekiem „nav vairs saiknes ar to māju, kura ir lauku vidū, ainavā, pareizi uzcelta, ņemot vērā āderes, visus skata punktus” (skat. Darbiņa 1993). Daudzviet jauno privātmāju puduri iebūvēti zemes transformācijas rezultātā mainītās teritorijās, radot nesaistītu vides un telpas pieredzi – *heterotopia*.

Atsaucoties uz Tāļa Tisenkopfa (2008: 180) viedokli par metaforas nozīmi socioloģijā (no metaforas var veidot jēdzienu un teoriju) un piedāvāto jauno teritoriālās kvalifikācijas grupu “sapņu zeme”, ko autors piešķīris šaurai zemes strēmelei gar jūru Kurzemes jūrmalā, arī Pierīga būtu kvalificējama kā “sapņu zeme”, kur vidējam un augstākajam sociālajam slānim piederošie iegādājās “sapņu mājas”. Ja Kurzemes jūrmalas “sapņu zemi” ar tās arhitektūru, ainavām, sociālajām iezīmēm Tisenkopfs raksturo: „īss trauksmes brīdis vasarā, izpirkta, pamesta vieta ziemā”, tad Pierīgas kā “sapņu zemes” jaunās privātmājas daudzviet var raksturot ar jēdzienu *heterotopija* – vieta, kas ir citāda un ir kontrastā ar apkārtējo vidi (Foucault 1967). Privātmāja – *heterotopija* – moderna savrupmāja, bieži nesakārtotā, vietām pat sapostītā apkārtējā vidē, kas veidojas kā protesta radīta kompensācija par sociālismā liegto privāto telpu, un tad apkārtesošā publiskā telpa ir samērā mazsvarīga.

Tomēr jaunās privātmājas piepilsētā postsociālisma valstīs vērtējamās ne tikai kā augstāka līmeņa privātumu garantējošs mājoklis, bet arī kā sociāls fenomens, kas ne tikai definē nosacījumus piederībai jaunajam vidusslānim, bet arī veido un leģitimē šo jaunradušos šķiru (Fehérváry 2011: 18). Jaunbūvēta piepilsētas māja ātri tapa par vidusšķiras statusa rādītāju, un nākamie vidusšķiras pretendenti tiecās pēc augstiem dzīves standartiem, lai gan, no vienas puses, viņi sūdzējās par ekonomiskām grūtībām valstī un *normālā* trūkumu ikdienas dzīvē, bet, no otras puses, viņi nejutās līdzdalīgi sabiedrības morālo standartu un vērtību sistēmas transformēšanā (Fehérváry 2002). Zināmu līdzību te var saskatīt ar iepriekš pieminēto T. Tisenkopfa viedokli par postsociālisma paaudzi, kuras liela daļa jaunās, kapitālistiskā tirgus iespējas apliecināja iepriekš eksistējušās sociālās attiecībās, morāles kodos un pasaules uzskatā (Patino & Caldwell 2002). Tāpēc būtisks ir jautājums, kā šīs iespējas ir ietekmējušas jaunā vidusslāņa identitātes veidošanos. Saskaņā ar Marka Līhtija viedokli vidusšķirai

piederošie visur pasaulē dzīvo salīdzinoši nestabilā sociāli ekonomiskajā telpā, tomēr Rietumu sabiedrībā vidusšķiras loma ir visai nozīmīga morāles kodu un pasaules uzskata formēšanā. Pagaidām nav teorētiski pamatots postsociālisma jaunās vidusšķiras fenomens, tomēr esošās analīzes un secinājumi apliecina, ka postsociālisma telpā vairākums vidējam sociālajam slānim piederošo turpina cīnīties gan par savu sociālo statusu, gan ekonomisko izdzīvošanu. Latvijā jaunā vidusšķira nav zinātniski raksturota, atrodamās vispārīgās definīcijas dažos valsts attīstības dokumentos akcentē, ka stabila vidusšķira varētu būt labāks nākotnes garants valstij kopumā. Vēstures doktors Guntis Zemītis saskaņā ar igauņu pētnieka R.Ruutso viedokli, atzīst: latviešiem piemīt lielākas fantāzijas spējas savu mērķu sasniegšanā nekā igauņiem, kas savus mērķus cenšas sasniegt vienkāršākiem un skaidrākiem paņēmieniem (skat. Zemītis 1994). Iespējams, šāds viedoklis nav stingri zinātniski pierādāms, bet tas vedina pie atziņas, ka ar metaforu „sapņu māja” visai pamatoti var raksturot kādas daļas Latvijas iedzīvotāju vidējā sociālā slāņa centienus pēc labklājības.

Diskusijas daļa atspoguļo vairāk vispārējas teorētiskas atziņas, kas veidojušās promocijas darba izstrādes procesā, bet tālāk apkopoti darba autores izdarītie secinājumi, kuri izriet tieši no empīriskā pētījuma apkopoto rezultātu interpretācijas.

1. Pētniecības procesā privātmājas patērēšanas prakse vispārināta kā ikdienas dzīves prakse, tādējādi nosakot prakses dzīves sfēru un saistību ar institūcijām un politisko varu. Pētījumā privātmājas īstenojums analizēts kā simbolisks prakses modelis, kas apvieno dažādas prakses un atsevišķas, arī unikālas darbības un tēriņus, kam nepiemīt visi praksei raksturīgie elementi, bet tie var attīstīt prakses elementus un reproducēt praksi.
2. Analīzē kā centrālā kategorija iezīmējās *“Normalitātes” izpratnes un atmiņu savijums kā motivācija mājas īstenojumam*, atsedzot, kā robežsituācijā starp pagātņi un tagadni mainās domāšanas, vērtību un uzvedības robežas. Neapmierinātas vajadzības un sociālisma valsts aizskartā pašcieņa paver ceļu jaunām patērēšanas vēlmēm, kas pamato tādas *īstās* mājas meklējumus, kura uzturētu pašcieņu, atbilstu *zaļajai domāšanai* un apmierinātu vēlmi materializēt atmiņās idealizētu mājas tēlu.
3. Kategorijā *Būvēšanas praksē veidojusies mājas izjūta* “māja” identificējās gan kā mājas būve, gan ģimenes kopā būšana. Piepilsētas privātmājas ar jauniem celtniecības materiāliem un tehnoloģijām demonstrē piederību turīgākam sociālajam slānim, un tieši kopīga iesaistīšanās mājas būvniecībā saliedē ģimeni. Gandarījumu

sniedz arī iespējas attīstīt dažādas prasmes gan izvēloties mājas projektu, gan apgūstot tehnoloģiskas iemaņas, gan iekārtojot māju. Kā sociālais process iezīmējās labklājības veicināšana.

4. Analīzes gaitā tika konstatēta saistība starp kategorijām *Māja – ģimenes saliedēšanās iespēja* un *Mājas vides veidošana*. Mājas fiziskā esamība, atrašanās vieta, apjoms veido atšķirīgus ģimenes attiecību modeļus. Piedzīvojot mājas īstenošanas praksi, parādās pieredze “būt mājās”. Pieredze ietver gan rutinētas aktivitātes (uzkopšana), gan sezonas notikumus (dārza darbi), gan cikliskus notikumus (dažādi svētki). Šajā izpratnē *māja* ir esamības stāvoklis, kurā tās iemītnieki fokusējas uz mājas vides veidošanas praksi un kurā arī atklājas, kā respondenti izjūt sevi un tuviniekus.
5. Izzinot aktivitātes, kuras veic ģimenes kontekstā un kuras atbalsta vai apgāž noteiktus priekšstatus par dzimumsocialitāti, interviju analīze liecina, ka pamatā mājas iekārtošanas un uzkopšanas jautājumus ģimenēs risina kopīgi. Sieviešu stāstos vairāk tiek uzsvērti viņu loma mājas iekārtošanā un tiek izvirzīta stratēģija “paši veidojam savu dzīves vidi”.
6. Analizējot mājas un ģimenes saistību, Pierīgas privātmājās dzīvojošu ģimeņu modeļi ne vienmēr saskan ar Rietumos pieņemto praksi, ka jauni cilvēki sasniedz laiku, kad atstāj ģimenes māju. Pētījums liecina, ka tieši privātmāja ir iemesls, lai rastos paplašinātas ģimenes mājsaimniecības, bet stāstījumos par šādu kopā dzīvošanu atklājas arī vilšanās pieredze.
7. Respondentu attieksme pret dzīvesvietu atklājas kategorijā *Piederība videi aiz mājas robežām*. Jauno Pierīgas privātmāju īpašnieku vietas piederība izteikti asociējas ar savu māju. Tiek pausta maza interese pat par tuvākā apkārtnē notiekošo. Tāpat vāji izteikta ir stratēģija “dzīves vietā balstīta sadarbība”, jo respondenti apliecina izvairīšanos no ciešāku kaimiņattiecību uzturēšanas, kā arī intereses trūkumu par vietējiem pasākumiem un vietējo varu. Zema līmeņa piesaisti dzīvesvietai apliecina arī Pierīgas iedzīvotāju aptauja.
8. Postsociālisma periodā palielinājās pašvaldību vara piepilsētas zonu plānošanā, bet vietvara vairāk nodarbojās ar detālplānojumiem maziem zemes gabaliem, nevis izstrādāja stratēģijas zemes lietošanai, kas organizētu celtniecību. Jaunās privātmājas daudzviet iebūvētas nevis vēsturiski veidotos ciemos, bet gan zemes transformācijas rezultātā izmainītās teritorijās, radot nesaistītu telpas un apkārtējās vides pieredzi, ko mēģināts raksturot ar jēdzienu *heterotopija*. Būvniecības

investoru bankrota gadījumos joprojām pastāv grūti risināmas problēmas – kas rūpēsies par daļēji izbūvēta ciemata infrastruktūru un māju puduriem.

9. Pētījums ļauj konstatēt, kā notiek indivīdu “profesionalizēšanās” praksē un veidojas izpratne par augsta līmeņa patēriņu. Iesaistīšanās un spēja vadīt noteikta līmeņa patēriņa praksi prasa konkrētas zināšanas, iemaņas un ar patērēšanu saistītu emociju izpratni. Šādu zināšanas publiskajā telpā pietrūkst. Respondenti atzina, ka līdz ar nepietiekamām zināšanām nekustamā īpašuma patērēšanā, pietrūkusi arī lēmumu vispusīga apsvēršana ģimenē. Pieredzētais ļāvis vairākiem respondentiem apjaust, ka „sapņu” mājas īstenojumā pārāk liela bijusi emociju ietekme. Daļa pētījuma respondentu apliecina: kredītu ņēmuši, paļaujoties uz valsts radīto ilūziju par bezproblēmu nākotni un patērēšanu atbalstošu sabiedrības noskaņojumu.
10. Pētījuma respondenti atklāj, ka vilšanās pati par sevi var veicināt nedaudz reālistiskāku vērtējumu, iespējams, pat veselīgu skepticismu par patēriņa pieredzi, tādējādi mazinot plaisu starp fantāziju un realitāti, tomēr tā noskaņo arī atjaunotai mājas īstenošanas praksei, ja iepriekšējā māja zaudēta. Iedzīvotāju aptauja vēsta, ka Pierīga ir iekārojama dzīvesvieta. Arī intervijas liecina, ka, par spīti ilgstošām grūtībām ģimenes budžetā, vēlme dzīvot Pierīgas privātmājā ar dārzu saglabājas.

PATEICĪBAS

Vislielākā pateicība promocijas darba zinātniskajai vadītājai docentei Agitai Lūsei par neatsveramu, profesionālu un dziļās zināšanās pamatotu atbalstu darba izstrādes laikā.

Sirsnīgi pateicos ilggadējam Siguldas novada domes un Rīgas rajona padomes priekšsēdētājam Tālim Puķītim par atbalstu un līdzdalību pētījuma tapšanā.

Pateicos visiem pētījumā iesaistītajiem un intervētajiem Pierīgas iedzīvotājiem par atsaucību un atklātību.

Pateicos Pierīgas novadu pašvaldību vadītājiem un deputātiem par sadarbību.

Sirsnīgs paldies asociētajai profesorei Ritmai Rungulei un docentei Andai Laķei par vērtīgiem padomiem darba tapšanas laikā.

Pateicos Intai Rozenvaldei par radošumu, veicot promocijas darba literāro rediģēšanu.

Pateicos Sarmai Cirei par atbalstu tulkošanā.

No sirds pateicos dēla ģimenei un draugiem par sapratni un atbalstu.

LITERATŪRAS SARAKSTS

1. Alkon A., Traugot M. (2006). *Common pasts, different presents, common vision: place construction, rural identity and environmental decision making*. Pieejams: http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/0/3/6/0/pages103607/p103607-1.php (skatīts 05.02.2012.).
2. Atkinson P., Coffey A. (2003). Revisiting the relationship between observation and interviewing. In: Holstein J. A. and Gubrium J. F. (eds.). *Inside Interviewing: New Lenses, New Concerns*. London: SAGE.
3. Bachelard G. (1994). *The Poetics of Space*. Boston, MA: Beacon Press.
4. Baločkaitė R. (2010) Post-soviet transitions of the planned socialist towns: Visaginas, Lithuania. In: *Studies of Transition States and Societies*, Vol. 2, Issue 2, pp. 63–81.
5. Barnes B. (2001). Practice as collective action. In: Schatzki T., Knorr Cetina K., and von Savigny E. (eds.) (2001). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London: Routledge.
6. Baudrillard J. (1983). *Simulations*. New York: Semiotext(e).
7. Buman Z. (1992). *Intimations of Postmodernity*. London: Routledge.
8. Bauman Z. (2011) *Culture in a Liquid Modern World*. Cambridge: Polity.
Pieejams: <http://www.protevi.com/john/Postmodernity> (skatīts 15.05. 2013.).
9. Belk R. W., Ger G., and Askegaard S. (1996). *Metaphors of consumer desire*. In: Corfman K. P. and Lynch J. G.(eds.). *Advances in Consumer Research*, Vol. 23. Provo, UT: Association for Consumer Research, pp. 369–373.
10. Bell D. (1972). The cultural contradictions of capitalism. *Journal of Aesthetic Education*, Vol. 6, No. 1/2, Special double issue: *Capitalism, Culture, and Education*, pp. 11–38.
Pieejams: <http://www.jstor.org/stable/3331409> (skatīts 04.04.2012.).
11. Bennett T., Savage M., Silva E., Gayo-Cal M., Wright D. (2009). *Culture, Class, Distinction*. Routledge.
12. Bergstrem B. (2009). *Vizuālā komunikācija*. Rīga: Jāņa Rozes apgāds.
13. Bigo D. (2011). Pierre Bourdieu and international relations: power of practices, practices of power. *International Political Sociology*, Vol. 5, Issue 3, pp. 225–258.
14. Brenner N. (2000). Building 'Euro-Regions': locational politics and the political geography of neoliberalism in post-unification Germany. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 7, No. 4, pp. 319–345.
15. Brīvers I. (2011). Par liberālismu – Latvijas Ekonomistu asociācijas diskusija “Neoliberālisma spožums un posts”, 21.10.2011.
Pieejams: www.leaekonomisti.lv/wordpress/.../LEA-21-10-2011-Par-liberālismu.ppt (skatīts 10.01.2012.).
16. Bryman A., Burgess R. G. (1994). Developments in qualitative data analysis: an introduction. In: Bryman A., Burgess R. G. (eds.). *Analyzing Qualitative Data*. Routledge.
17. Boden S., Williams S. J. (2002). Consumption and emotion: the romantic ethic revisited. *Sociology*, Vol. 36, No. 3, pp. 493–512.

18. Bodrijārs Ž. (2000). *Simulakri un simulācija*. Rīga: Omnia mea.
19. Bourdieu P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Trans. by R. Nice. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
20. Bourdieu P. (1996). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Routledge.
21. Bourdieu P. (1990). *In Other Words. Essays Towards a Reflexive Sociology*. Cambridge: Polity Press.
22. Bourne L. S. (1996) Reinventing the suburbs: old myths and new realities progress. *Progress in Planning*, Vol. 46, No. 3, pp. 163–184.
23. Buchowski M. (2008). The enigma of the middle class: a case study of entrepreneurs in Poland. In: Schroder I. W. and Vonderau A. (eds). *Changing Economies and Changing Identities in Postsocialist Eastern Europe*. Berlin: LIT Verlag, pp. 47–74.
24. Burdjē P. (2004). *Praktiskā jēga*. Rīga: Omnia mea.
25. Burgmanis Ģ., Šķilters J. (2011). Identitāte, paškategorizācija un vide: Latvija 2010. Grām.: Šķilters J. (red.). *Nacionālā identitāte un vide*. Rīga: LU Sociālo un politisko pētījumu institūts, 16.–28. lpp. Pieejams: academia.lndb.lv/.../Identitate%20un%20vide%2022%20febr.pdf? (skatīts 15.12.2011.).
26. Campbell C. (1987). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Blackwell.
27. Campbell C. (1998). *The Myth of Social Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
28. Charmaz K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. London: Sage.
29. Charmaz K. (2008). Grounded theory as an emergent method. In: Nesse-Biber S. N. and Laevy P. (eds.). *Handbook of Emergent Methods*. The Guilford Press, pp. 155–173.
30. Cheng A. S., Kruger L. E., Daniels A. E. (2003). “Place” as an integrating concept in natural resource politics: propositions for a social science research agenda. In: *Society and Natural Resources*, Vol. 16, pp. 87–104.
31. Cohen D. (2006). *Household Gods: The British and Their Possessions*. New Haven, CT: Yale University Press.
32. Creed G. (1998). *Domesticating Revolution: From Socialist Reform to Ambivalent Transition in a Bulgarian Village*. University Park: Penn State University Press.
33. Creed G. (2002). (Consumer) paradise lost: capitalist dynamics and disenchantment in rural Bulgaria. *Anthropology of East Europe Review*. Vol. 20, No. 2, pp. 119–125.
34. Cresswell T. (2004). *Place: A Short Introduction*. Oxford: Blackwell.
35. Creswell J. W., Plano Clark V. L. (2011). Choosing a mixed methods design. In: Creswell J. W., Plano Clark V. L. (eds.). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. SAGE Publications.
36. Czegledy A. P. (1998). Villas of wealth: a historical perspective on new residences in post-socialist Hungary. *City and Society*, Vol. 10, No. 1, pp. 245–268.

37. Czepczyński M. (2010) Interpreting post-socialist icons: from pride and hate towards disappearance and/or assimilation. *Journal of Studies and Research in Human Geography*, Vol. 4, No. 1, pp. 67–78.
38. Darbiņa G. (1993). Māja – cilvēka, pilsētas, valsts mērogā. *Kultūras Avīze*, 7 (10)
39. Darbiņa G. (sast., red.) (2009). *Idejas labākai dzīvei Pierīgā*. Rīga: Rīgas rajona padome.
40. Davis M. (2010). Bauman's compass: towards a sociology of hope. Pieejams: www.compassonline.org.uk (skatīts 03.03.2013.).
41. Despres C. (1991). The meaning of home: literature review and directions for future research and theoretical development. *Journal of Architectural and Planning Research*, Vol. 8, No. 2, pp. 96–115, Pieejams: <http://catalog.lib.utexas.edu/record=b2157942~S29> (skatīts 14.03.12.).
42. Dewey J. (1938). *Logic: The Theory of Inquiry*. New York: Henry Holt.
43. Economist (2008). A cultural history of debt. Payback. *The Economist*, October 16, from the print edition. Pieejams: <http://www.economist.com/node/12414948> (skatīts 18.10.2012.).
44. Eglitis-Stukuls D. (2002). *Imagining the Nation: History, Modernity and Revolution in Latvia*. University Park, Penn.: Pennsylvania State University Press.
45. Elliott A. (2009). Series editor's foreword. In: Holmes M. *Gender and Everyday Life*. Routledge, pp. ix–xii.
46. Ewen S. (1976). *Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*. New York: McGraw-Hill. Pieejams: <http://web.mit.edu/allanmc/www/ewen.captainsconsciousness.pdf> (skatīts 02.05.2012).
47. Ēriksens T. H. (2010). *Mazas vietas – lieli jautājumi. Ievads sociālantropoloģijā*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
48. Fehérváry K. (2002). American kitchens, luxury bathrooms, and the search for a 'normal' life in postsocialist Hungary. *Ethnos: Journal of Anthropology*, Vol. 67, No. 3, pp. 369–400.
49. Fehérváry K. (2011). The materiality of the new family house in Hungary: postsocialist fad or middle-class ideal. *City & Society*, Vol. 23, Issue 1, pp. 18–41.
50. Featherstone M. (1982). The body in consumer culture. *Theory, Culture and Society*, Vol. 1, No. 1, pp. 18–33.
51. Featherstone M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism*. 2nd ed. SAGE Publications Ltd.
52. Frank A. W. (1991). For a sociology of the body: an analytical review. In: Featherstone M., Hepworth M. and Turner B.S. (eds.). *The Body: Social Processes and Cultural Theory*. London: Sage, pp. 36–102.
53. Frank R. H. (1999). *Luxury Fever*. New York: Free Press.

54. Franz P. (2000). Sub-urbanization and the clash of urban regimes: development problems of East German cities in a free market environment. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 7, No. 2, pp. 135–146
55. Flick U. (2002) *An Introduction to Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
56. Foucault M. (1967). *Of other spaces. Heterotopias*. Pieejams: <http://foucault.info/documents/heteroTopia/foucault.heteroTopia.en.html> (skatīts 07.05.2011.).
57. Galbraith J. K. (1958/1998). *The Affluent Society*. Fortieth anniversary ed. New York: Houghton Mifflin.
58. Gibbs G. (2007). *Analyzing Qualitative Data*. SAGE Publications Ltd.
59. Giddens A. (1979). *Central Problems in Social Theory: Action, Structure, and Contradiction in Social Analysis*. Berkeley: University of California Press.
60. Gidenss E. (1999). *Sabiedrības veidošanās*. Rīga: AGB.
61. Giles J. (2004). *The Parlour and the Suburb: Domestic Identities, Class, Femininity and Modernity*. Berg.
62. Giles J. (2007). Class, gender and domestic consumption in Britain 1920–1950. In: Casey E. and Martens L. (eds.). *Gender and Consumption: Domestic Cultures and Commercialization of Every Day Life.*, Ashgate.
63. Glaser B. G. (1992). *Basics of Grounded Theory Analysis*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
64. Glaser B. G., and Strauss A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine de Gruyter.
65. Goldkuhl G.(2011). *Practice research – fundamentals*. Pieejams: <http://www.slideshare.net/pajo01/practice-research> (skatīts 07.11.2012.).
66. Goldkuhl G., Julkunen I. (2011). Theory and inquiry in practice research: introduction. *Systems, Signs & Actions*, Vol. 5, No. 1, pp. 1–6. Pieejams: www.sysiac.org/uploads/1-1-Liu.pdf (skatīts 08.11.2012.).
67. Goodwin M., Cloke P., Milbourne P. (1995). Regulation theory and rural research: theorising contemporary rural change. *Environment and Planning, A*, Vol. 27, pp. 1245–1260.
68. Gram-Hanssen K. (2011). Understanding change and continuity in residential energy consumption. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 1, 61–78.
69. Grīviņš M. (2006). Patērniecības un identitātes mijiedarbības problemātika. Grām.: Zelče V. (red.). *Patērniecība Latvijā: tendences un alternatīvas*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. Agora, 5.
70. Hall P. (2002). The city on the highway. In: *Cities of Tomorrow: An Intellectual History of Urban Planning and Design in the Twentieth Century*. Malden, MA: Blackwell, pp. 294–351.

71. Halkier B., Katz-Gerro T., Martens L. (2011). Applying practice theory to the study of consumption: theoretical and methodological considerations. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 3, 3–13.
72. Harloe M. (1996). Cities in transition. In: Andrusz G., Harloe M. and Szelényi I. (eds.). *Cities After Socialism*. Oxford: Blackwell Publishers.
73. Hayek F. (1994). *The Road to Serfdom*. Chicago: Chicago University Press.
74. Heffetz O. (2007). *Visibility conspicuous consumption and expenditure: measurement and application*. Pieejams: <http://forum.johnson.cornell.edu/faculty/heffetz/papers/consp.pdf> (skatīts 25.07.2011.).
75. Hesse-Biber S. N., Leavy P. (2008). Introduction. Pushing on the methodological boundaries. The growing need for emergent methods within and across the disciplines. In: Hesse-Biber S. N., Laevy P. (eds.). *Handbook of Emergent Methods*. The Guilford Press, pp. 1–15.
76. Hingley L. (2011). Photographer/researcher: notes from the field of faith. *Anthropology Matters*, Vol. 13, No. 1.
Pieejams: http://anthropologymatters.com/index.php/anth_matters/article/view/223/339 (skatīts 12.06.2012.).
77. Hirt S. (2007). Suburbanizing Sofia: characteristics of post-socialist peri-urban change. *Urban Geography*, Vol. 28, No. 8, pp. 755–780.
78. Hirt S. (2008). Stuck in the suburbs? Gendered perspectives on living at the edge of the post-communist city. *Cities*, Vol. 25, pp. 340–354. Pieejams: www.elsevier.com/locate/cities (skatīts 10.03.2010.).
79. Hobson J. A. and Veblen T. (1994). *Veblen and Theory of the Leisure Class*. Routledge, Thoemmes Press.
80. Holm G. (2008). Visual reaserch methods. Where are we and where are we going? In: Hesse-Biber S. N. and Laevy P. (eds.). *Handbook of Emergent Methods*. The Guilford Press, pp. 325–341.
81. Holmes M. (2009). *Gender and Everyday Life*.
82. Holt D. (2000). Postmodern markets. In: Schor J. (ed.). *Do Americans Shop Too Much?* Boston: Beacon.
83. Horkheimer M. and Adorno T. W. (2002). The culture industry: Enlightenment as mass deception. In: Horkheimer M. and Adorno T. W. *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Stanford University Press.
84. Horkheimers M., Adorno T. V.(2009). Kultūrinistrija. Apgaismība kā masu krāpšana. Grām: Horkheimers M., Adorno T. V. *Apgaismības dialektika. Filosofiski fragmenti*. Rīga: Laikmetīgās mākslas centrs.
85. Ingold T. (2000). Building, dwelling, living: how animals and people make themselves at home in the world. In: Ingold T. *The Perception of the Environment*. Routledge, pp. 172–189. Pieejams: <http://www.scribd.com/doc/38900176/Ingold-T-the-Perception-of-the-Environment> (skatīts 19.02.2012.).

86. Ingold T. (2010). *Bringing things to life: Creative Entanglements in a World of Materials*. Pieejams: <http://www.socialsciences.manchester.ac.uk/realities/publications/workingpapers> (skatīts 25.02.2012.).
87. Irwin S. (2008). Data analysis and interpretation: emergent issues in linking qualitative and quantitative evidence. In: Hesse-Biber S. N., Laevy P. (eds.). *Handbook of Emergent Methods*. The Guilford Press, pp. 415–435.
88. ITC (Independent Transport Commission) (2004). *Suburban Future ITC*, London. Pieejams: http://www.trgl.civil.soton.ac.uk/itc/subex02_main.pdf (skatīts 09.03.2012.).
89. Ījabs I. (2009). Pēcvārds. Grām.: Horkheimers M., Adorno T.V. *Apģaismības dialektika. Filosofiski fragmenti*. Rīga: Laikmetīgās mākslas centrs.
90. Jackson M. (1995). *At Home in the World*, Sydney: Harper Perennial.
91. Jameson F. (1982). Postmodernism and Consumer Society. Pieejams: http://art.ucsc.edu/sites/default/files/Jameson_Postmodernism_and_Consumer_Society.pdf (skatīts 05.06.2012.).
92. Jameson F. (1991). The cultural logic of late capitalism. In: Jameson F. Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism. Duke UP, 1991. Pieejams: http://www.eng.fju.edu.tw/Literary_Criticism/postmodernism/jameson_text_complete.htm (skatīts 03.03.2012.).
93. Jennifer P. (2008). *Consumption and Social Change in a Post-Soviet Middle Class*. Washington: Woodrow Wilson Press; Stanford: Stanford University Press.
94. Jenkins R., Nixon E., Molesworth M. (2011). ‘Just normal and homely’: The presence, absence and othering of consumer culture in everyday imagining. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 2, pp. 261–281.
95. Kalniņa A. (2008). Vizuālās pētniecības metodes. Kādēļ ne? Grām.: *Socioloģija*. Rīga: LU Akadēmiskais apģāds, 160.–167. lpp. Latvijas Universitātes raksti, 736. sēģ.
96. Kalniņa A. (2010). Vizuālās pētniecības metodes. Kādēļ ne? Grām.: Tisenkopfs T. (sast. un zin. red.). *Socioloģija Latvijā*. Rīga: LU Akadēmiskais apģāds.
97. Kalniņa, A., Meģšikovs, V. (2003). Cilvēkdroģība Latvijā. *Latvija. Pārģskats par tautas attģstģbu, 2002/2003: Cilvēkdroģība*. Rīga: UNDP. Pieejams: <http://www.un.lv/files/2001/Kalnina.pdf> (skatģts 15.04. 2012.)
98. Kasģjanovģ I. (2013a). IKP pieaugums nedaudģ sabremģģģas, bet nāģotģe ĝaiģģas krāsģs. 09.08.2013. Pieejams: <http://www.makroekonomika.lv/ikp> (skatģts 20.08.2013.).
99. Kasģjanovģ I. (2013b). Vai Latvijā atsāģies nekustamģ ģpaģģuma bums? 13.08.2013. Pieejams: <http://www.makroekonomika.lv/category/tags/ikp> (skatģts 20.08.2013.).
100. Kāģhriķ A., Leetmaa K. (2009). Residential preferences towards suburban. Living in post-socialist metropolies. Paper for the ENHR conference in Prague 2009. Pieejams: www.researchgate.net/...RESIDENTIAL_PREFERENCES... (skatģts 03.05.2011.).
101. Kokins G. (2010). Gatis Kokins par Latvijas mērģģiem. *Kapģtģģs*, Nr. 7, 6. lpp.

102. Kennedy M. (2002). *Cultural Formations of Post-Communism*. London: University of Minnesota Press.
103. Kherbek W. (2012). Debt culture.
Pieejams: www.port-magazine.com/commentary/debt-culture/ (skatīts 19.07.2012.).
104. Krastiņš O. (2011a). Kur tu esi, Latvijas vidusšķira? *Zinātnes Vēstnesis*, Nr 11, 26. sept.
Pieejams:
http://www.lza.lv/index.php?option=com_content&task=view&id=1282&Itemid=47
(skatīts 05.01.2012.).
105. Krastiņš O. (2011b). Kur tu esi, Latvijas vidusšķira? *Zinātnes Vēstnesis*, Nr 12, 24. okt.
Pieejams:
http://www.lza.lv/index.php?option=com_content&task=view&id=1282&Itemid=47
(skatīts 05.01.2012.).
106. Kroplis A., Raščevska M. (2004). *Kvalitatīvās pētniecības metodes sociālajās zinātnēs*. Rīga: RaKa.
107. Kuang-Ming Wu. (1993). The other is my hell; the other is my home. *Human Studies*, Vol. 16, Issue 1–2, pp. 193–202.
108. Kūle L. (2008). Concepts of rurality and urbanity as analytical categories in multidimensional research. *Proceedings of the Latvian Academy of Sciences*. Section B: Natural, Exact, and Applied Sciences, Vol. 62, Issue 1–2, pp. 9–17.
109. Lasmane S. (2006). Labklājības mērķis ikdienas apkaimē. Grām.: Zelče V. (red.).
Patērniecība Latvijā: tendences un alternatīvas. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. Agora, 5.
110. *Latviešu valodas vārdnīca* (2006). Rīga: Avots.
111. *Latviešu literārās valodas vārdnīca* (2011). Pieejams: <http://www.tezaurs.lv/llvv/>.
112. Latvijas Banka (2012). Makroekonomisko norišu pārskats, 2012, oktobris, nr. 12. Rīga: Latvijas Banka. Pieejams:
http://www.bank.lv/images/stories/pielikumi/publikacijas/makroekonomikasnorises/MNP_Okt_2012-final.pdf (skatīts 07.04.2013.).
113. Lawrence R. J. (1985). A more humane history of homes: research method and application. In: Altman I. and Werner C. M. (eds). *Home Environments*, pp. 113-132. New York: Plenum Press.
114. Liechty M. (2003). *Suitably Modern: Making Middle-class Culture in a New Consumer Society*. Princeton: Princeton University Press.
115. Liotārs Ž. F. (2008). *Postmodernais stāvoklis. Pārskats par zināšanām*. Rīga: Laikmetīgās mākslas centrs.
116. Lovell S. (2002). Soviet exurbia: dachas in postwar Russia. In: Crowley D. and Reid S.E. (eds.). *Socialist Spaces: Sites of Everyday Life in the Eastern Bloc*. Berg.
117. Magaudda P. (2011). When materiality 'bites back': Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 3, pp. 15–36.

118. Mallett S. (2004). Understanding home: a critical review of the literature. *The Sociological Review*. Vol. 52, Issue 1, pp. 62–89.
119. Massey D. (1991). A global sense of place. *Marxism Today*, June, pp. 24–29. Pieejams: http://www.aughty.org/pdf/global_sense_placepdf (skatīts 08.02.2010.).
120. Massey D. (2005). *For Space*. London: Sage.
121. Martens L. (2012). Practice 'in talk' and talk 'as practice': dish washing and the reach of language. *Sociological Research Online*, Vol. 17, No. 3, p. 22. Pieejams: <http://www.socresonline.org.uk/17/3/22.html> (skatīts 04.07.2012.).
122. McDowell L., Ward K., Perrons D., Ray K. and Fagan C. (2006). Place, class and local circuits of reproduction: exploring the social geography of middle-class childcare in London. *Urban Studies*, Vol. 43, No. 12, pp. 2163–2182.
123. McCracken G. (1988). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University Press.
124. Mencken H. L. (1919). *Prejudices: First Series*. New York: Alfred A. Knopf. Pieejams: <http://www.archive.org/details/prejudicesfirsts00menc> (skatīts 09.04.2012.).
125. Munro M., Madigan R. (1999). Negotiating space in the family home. In: Cieraad I. (ed.). *At Home: An Anthropology of Domestic Space*, Syracuse: Syracuse University Press.
126. Nikodemus O. (2005). *Gaujas nacionālā parka ainavu estētisks vērtējums*. Rīga: Gaujas nacionālais parks. Pieejams: http://www.daba.gov.lv/upload/File/Publikacijas/ZIN_P_GNP_Ainavu_est-vert.pdf (skatīts 06.08.2013.).
127. Nicolaidis B. M. and Wiese A. (eds.) (2006). *The Suburb Reader*. Routledge, Taylor&Francis Group.
128. Online Etymology Dictionary. Pieejams: <http://www.etymonline.com>
129. Ouředníček M. (2003). New suburban development in the post-socialist city: the case of Prague. Pieejams: <http://www.web.natur.cuni.cz/~slamak/gacr/weimar.html> (skatīts 27.12.2011.).
130. Paiders J. (2009). Krīzes cēlonis ir nevis budžeta deficīts, bet privātais patēriņš. Intervija ar Robertu Zīli. Portāls www.ekonomika.lv. Pieejams: <http://www.ekonomika.lv/krikes-celonis-ir-nevis-budzeta-deficits-bet-privatais-paterins/> (skatīts 03.06.2013.).
131. Panteļejevs A. (2012). Vidusšķiru meklējot. *Diena*, 24. apr.
132. Patico J., Caldwell M. L. (2002). Consumers exiting socialism: ethnographic perspectives on daily life in post-communist Europe. *Ethnos: Journal of Anthropology*, Vol. 67, No. 3, pp. 285–294.
133. Petrovic M. (2005). *Cities after socialism as a research issue*. DP34 South East Europe Series (Discussion Paper 34). Centre for the Study of Global Governance, London School of Economics and Political Science, 2005. Pieejams: <http://www.eprints.lse.ac.uk/23378/1/DP34.pdf> (skatīts 26.06.2011.).

134. Plano Clark V. L., Creswell J. W., Green D. O., Shope R. J. (2008). Mixing quantitative and qualitative approaches. In: Hesse-Biber S. N., Laevy P. (eds.). *Handbook of Emergent Methods*. The Guilford Press, pp. 363–387.
135. Plano Clark V. L., Huddleston-Casas C. A., Churchill S. L., O’Neil Green D., Garrett A. L. (2008). Mixed methods approaches in family science research. *Journal of Family Issues* 29:11 (November 2008), Sage Publications, pp. 1543–1566.
136. Pojer M. S. (2013). The 1950s: conservatism, complacency, and contentment. Horace Greeley HS, Chappaqua, NY. Pieejams: <http://shrdocs.com/presentations/32442/index.html> (skatīts 05.02.2013.)
137. Press M., Eric J. Arnould E. J. (2011). Legitimizing community supported agriculture through American pastoralist ideology. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 2, pp. 168- 194.
138. Pužulis A., Šķiņķis P. (2009). *Pierīgas apdzīvojuma struktūras izpēte*. Rīga: Rīgas plānošanas reģions.
139. Randles S. and Warde A. (2006). Consumption: The view from theories of practice. In: Green K.& Randles S. (eds.). *Industrial Ecology and Spaces of Innovation*. Cheltenham: Edward Elgar, chapter 10.
140. Rausing S. (1998). Signs of the new nation: gift exchange, consumption and ad on a former collective farm in North-west Estonia. In: *Material Cultures: Why Some Things Matter*. Chicago: University of Chicago Press. Pieejams: http://www.kodu.ut.ee/.../Rausing_1998_sings_of_the_new_natio (skatīts 08.07.2012.).
141. Reckwitz A. (2002). Toward a theory of social practices. A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, Vol. 5, pp. 243–263.
142. Riddell R. (2004). *Sustainable Urban Planning: Tipping the Balance*. Blackwell Publishing. Pieejams: <http://www.uobabylon.edu.iq/sustainability/files/Sustainable%20Urban%20Plannig.pdf> (skatīts 17.04.2011.).
143. Saunders P., Williams P. (1988). The constitution of the home: towards a research agenda. *Housing Studies*, Vol. 3, No. 2, pp. 81–93.
144. Savage M., Bagnall G. and Longhurst B. (2005). *Globalisation and Belonging*. London: Sage.
145. Schatzki T. R. (1993). Wittgenstein: mind, body, and society. *Journal for the Theory of Social Behavior*, Vol. 23, pp. 285–313.
146. Schatzki T. R. (1996). *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge: Cambridge University Press.
147. Schatzki T. R. (1997). Practices and actions: A Wittgensteinian critique of Bourdieu and Giddens. *Philosophy of the Social Sciences*, Vol. 27, Issue 3, pp. 283–308.
148. Schatzki T.R. (2001a). Introduction: Practice theory. In: Schatzki T., Knorr Cetina K. and von Savigny E. (eds.). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London: Routledge.
149. Schatzki T. R. (2001b). Practice minded orders. In: Schatzki T., Knorr Cetina K. and von Savigny E. (eds.). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London: Routledge.

150. Schatzki, T. R., Knorr Cetina K. and von Savigny E. (eds.) (2001). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London: Routledge.
151. Schatzki T. R. (2012) A primer on practices. In: Higgs J. et al. (eds.). *Practice-based Education: Perspectives and Strategies*. Sense Publishers, pp. 13–26. Pieejams: <http://www.csu.edu.au/research/ripple/publications/publications/Schatzki-110721-Primer-on-Practices.pdf> (skatīts 27.01.2012.).
152. Schor J. B. (2007). In defense of consumer critique: revisiting the consumption debates of the twentieth century. *Annals, AAPSS*, Vol. 611, May, pp. 16–31.
153. Silva E. B. (2007). Gender, class, emotional capital and consumption in family life. In: Casey E., Martens L. (eds.). *Gender and Consumption: Domestic cultures and commercialization of Every Day Life*. Ashgate, 141–159.
154. Simon B. (2011). Not going to Starbucks: boycotts and the out-scouring of politics in the branded world. *Journal of Consumer Culture*, No. 2, pp. 145–167.
155. Skeggs B. (2004). *Class, Self, Culture*. London: Routledge.
156. Skultans V. (1999). Narratives of the body and history: illness in judgement on the Soviet past. *Sociology of Health&Illness*, vol.21 No3 pp.310-32
157. Skultans V. (2003) From damaged nerves to masked depression: inevitability and hope in Latvian psychiatric narratives. *Social Science&Medicine*, 56, 2421-2431
158. Southerton D., Olsen W., Warde A., Cheng Shu-Li (2012). Practices and trajectories: a comparative analysis of reading in France, Norway, the Netherlands, the UK and the USA. *Journal of Consumer Culture*, November, Vol. 12, No. 3, pp. 237–262.
159. Spaargaren G., Vliet B. J. M. (2000). Lifestyles, consumption and the environment: the ecological modernisation of domestic consumption. *Environmental Politics*, Vol. 9–10. Pieejams: <http://www.researchgate.net/publication/40191880> (skatīts 10.09.2013.)
160. Sprance I. (2012). Politehnologu trio. *Ir*, Nr. 28, 16.–21. lpp.
161. Strautiņš P. (2013). Ekonomika rotaļājas. *Klubs*, Nr. 8, augusts, 14.–15. lpp.
162. Stenning A., Smith A., Rochovská A., Świątek D. (2010). *Domesticating Neo-Liberalism: Spaces of Economic Practice and Social Reproduction in Post-Socialist Cities*. United Kingdom: Wiley-Blackwell.
163. Strauss A. L., Corbin J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
164. Sýkora L., Ouředníček M. (2011). *Sprawling post-communist metropolis: commercial and residential suburbanisation in Prague and Brno, the Czech Republic*. Pieejams: http://www.eukn.org/E_library/Urban_Environment/Land_Use/Suburbanisation (skatīts 15.08.2012.).
165. Tabuns A. (1999). Entonijs Gidenss. Grām.: Gidenss A. *Sabiedrības veidošanās*. Rīga: AGB.
166. Tammaru T., van Ham M., Leetmaa K., Kährik A. (2013). Ethnic dimensions of suburbanisation in Estonia. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, Vol. 39, Issue 5, pp. 845–862.

167. Tammaru T., Leetma K., Kährik A., Nuga M. (2011). Living in a Nevereverland: new suburban settlements on previous farmlands around Tallinn. In: Sykora L. and Stanilov K. (eds.). *Confronting Suburbanization: Urban Decentralization in Post-Socialist Central and Eastern Europe*, Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
168. Thompson C. J. (2011). Understanding consumption as political and moral practice: Introduction to the special issue. *Journal of Consumer Culture*, No. 2, pp. 139–144.
169. Thomson A. (1998). Anzac memories: putting popular memory theory into practice. In: Perks, R. and Thomson, A. (eds) *Oral History Reader*. London: Routledge.
170. Tisenkopfs T. (2007). *Uzburta vieta*. Rīga: Neputns.
171. Tisenkopfs T. (2008). Socioloģijas jaunā valoda: teorētiski modeļi, populārzinātniski skaidrojumi un esejas mūsdienu socioloģijā. *Latvijas Universitātes raksti*, 736. sēj., Socioloģija: Socioloģijai Latvijā – 40, Latvijas Universitāte
172. Tisenkopfs T. (2010a). Socioloģijas veidošanās un attīstība kopš 20. gs. 60. gadiem. Grām.: *Socioloģija Latvijā*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 14.–24. lpp.
173. Tisenkopfs T. (2010b). Individīda atbildība: krīzes izaicinājums šodienas Latvijā. Grām.: *Socioloģija Latvijā*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 361.–378. lpp.
174. Trentmann F. (2009). Crossing divides: Consumption and globalization in history. *Journal of Consumer Culture*. No. 9, pp. 187–222.
175. Turner B. S. (1984). *The Body and Society*. Oxford: Blackwell.
176. Turner S. (1994). *The Social Theory of Practices: Tradition, Tacit Knowledge, and Presuppositions*. Cambridge: Polity Press; Chicago: University of Chicago Press.
177. Vaughan, L., Griffiths, S., Haklay, M., Jones, C. E. (2009). Do the suburbs exist? Discovering complexity and specificity in suburban built form. *Transactions of the Institute of British Geographers*, Vol. 34, No. 4, pp. 475–488.
Pieejams: <http://www.ucl.ac.uk/adaptablesuburbs/publications> (skatīts 19.02.2011.).
178. Vēbers M. (2004). *Protestantiskā ētika un kapitālisma gars*. Rīga: LU FSI.
179. Warde A. (1996). Afterword: the future of the sociology of consumption. In: Edgell S., Hetherington K. and Warde A. (eds.). *Consumption Matters*. Oxford: Blackwell, pp. 302–312.
180. Warde A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, No. 5, pp. 131–153.
181. Wedel J. (1986). *The Private Poland: an anthropologist's look at everyday life*. New York: Facts on File
182. Vitgenšteins L. (1997). *Filosofiskie pētījumi*. Rīga: Minerva
183. Woodward I. (2003). Divergent narratives in the imagining of the home amongst middle-class consumers. *Journal of Sociology* (The Australian Sociological Association), Vol. 39, No. 4, pp. 391–412.
184. Zaiceva G. (2013). Meklējot kabalū kopā ar Jehūdu Bergu. *Lilit*, maijs.

185. Zelče V. (red.) (2006). *Patērniecība Latvijā: tendences un alternatīvas*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. Agora, 5.
186. Zelmenis D. (2011). *Neoliberālisma spožums un posts* – Latvijas Ekonomistu asociācijas diskusija “Neoliberālisma spožums un posts”, 21.10.2011. Pieejams: www.leaekonomisti.lv/wordpress/.../LEA-21-10-2011-Par-liberālismu.ppt (skatīts 08.02.2012.).
187. Zemītis G.(1994). Latviešu rakstura iezīmes gadsimtu gaitā. *Kultūras Avīze*, 2 (14)
188. Барчунова Т. В. (2005) *Мой адрес – и дом, и улица*. Отношения между поколениями в постсоветский период и изменение концепции загородного дома (на примере движения Анастасийцев). Конференция «Двадцать лет спустя. Советский человек в постсоветском мире», 14–17 сентября 2005. Pieejams: www.cnsio.irkutsk.ru/sov_konf/matireal/.../text_2.doc (skatīts 26.10.2011.).
189. Бодрийяр Ж. (2006). *Общество потребления. Его мифы и структуры*. Москва: Культурная революция, Республика.
190. LR CSP (2012a). Par mājsaimniecību rīcībā esošajiem ienākumiem 2010. gadā. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/notikumi/par-majsaimniecibu-riciba-esosajiem-ienakumiem-2010gada-33215.html> (skatīts 2012.07.03.).
191. LR CSP (2012b). Mājokļa uzturēšanas izdevumu slogs pieaug. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/notikumi/majokla-uzturesanas-izdevumu-slogs-pieaug-33276.html> (skatīts 07.03.2012.).
192. http://www.culturecongress.eu/en/pressroom/pressroom_info (skatīts 2012.06.12.)
193. <http://groundedtheoryreview.com/>
194. <http://janinewedel.info/polandreviewOstWir.html> (skatīts 23.07.2013.).
195. http://www.latvija2030.lv/upload/latvija2030_lv.pdf
196. <http://www.makroekonomika.lv>
197. <http://www.media-anthropology.net/index.php/e-seminar>
198. <http://www.nap.lv/par-nap2020>

1. pielikums. INTERVIJAS JAUTĀJUMI

1. Dzīves vietas raksturojums – cik plaša māja, cik istabas, stāvi, teritorija, pirts, palīgēkas, dārzs.
2. Vai esat apmierināti ar mājas lielumu, zemes platību?
3. Cik cilvēku dzīvo jūsu mājā – viena ģimene, vairākas, cik paaudzes, cik bērni
(mazi, pieauguši)?
4. Kāda ir drošība, vai ir apsardze, suns, vai ir mājkalpotāji?
5. Kāda ir infrastruktūra – centralizēts ūdens, kanalizācija, elektrība, gāze, kāda apkure?
6. Kāds ir ceļš pie mājas un kāda ir saistība ar tuvāko ciema centru, pilsētu?
7. Kas ziemā tīra ceļu?
8. Kādi ir ienākumi uz vienu ģimenes locekli, kā tos vērtējat: pietiekami, maz?
9. Kādas ir saistības ar banku, kādu daļu no ienākumiem veido kredīts?
10. Kāda bija iepriekšējā dzīvesvieta, kur?
11. Uz kādiem apsvērumiem balstījās vēlme pirkt māju?
12. Vai ietekmēja vispārējā aziotāža – noteikti jāņem kredīts un jāpērk māja, jo visi tā dara?
13. Kāpēc tieši šī vieta? Vai bija kāds mīts, ka šī ir pati labākā vieta?
14. Cik tālu no mājas līdz darbavietai?
15. Kāds ir dienas ritms – cikos jāceļas, kā katrs ģimenes loceklis nokļūst uz darbu, skolu, augstskolu?
16. Kur dienas laiku pavada mazie bērni, vecie cilvēki?
17. Kā notiek iepirkšanās? Vai apmierina iepirkšanās savā novadā?
18. Kur izmantojat medicīnas pakalpojumus, ģimenes ārstu?
19. Kāda ir bērnu drošība – iespējas piedalīties ārpuskolas pasākumos, sportot, kā atgriežas mājās?
20. Cik daudz jārēķinās ar citiem ģimenes locekļiem bērnu aprūpē?
21. Kā veidojas attiecības ar kaimiņiem?
22. Kā veidojās attiecības ar paziņām, darbabiedriem pēc mājas iegādes? Vai nebija jūtama zināma skaudība?
23. Vai māja ir prestiža priekšmets?
24. Ko māja dod ģimenei – saliedē, rada problēmas, kā ietekmē attiecības brāļu/māsu starpā, ar vecvecākiem?
25. Vai, būdami bērni, dzīvojāt mājā vai dzīvoklī? Vai bija sapnis par savu māju?
26. Kā iekārtojāt savu māju? Vai pērkāt iespējami jaunas mēbeles, vai saglabājat lietas, kas mantotas no iepriekšējām paaudzēm?
27. Vai māja ir ietekmējusi dzīvesbiedru attiecības – tās kļuvušas harmoniskākas, iejūtīgākas, varbūt kļuvīs grūtāk saprasties?
28. Kā notiek darbu dalīšana starp ģimenes locekļiem?
29. Vai esat jaunienācēji šajā novadā?
30. Kādas ir attiecības ar vietējo pašvaldību? Vai ir kāda interese no vietējo institūciju puses?
31. Vai sekojat vietējo mediju ziņām? Kādu? Vai informācija ir objektīva?
32. Vai šī vieta veidojas par „jūsējo”?
33. Vai kaut kas nepatīk šajā dzīvesvietā?
34. Vai ir domas par mājas pārdošanu, dzīvesvietas maiņu?
35. Kā, jūsuprāt, vajadzētu veidot piepilsētu?

2. pielikums. RESPONDENTU RAKSTUROJUMS

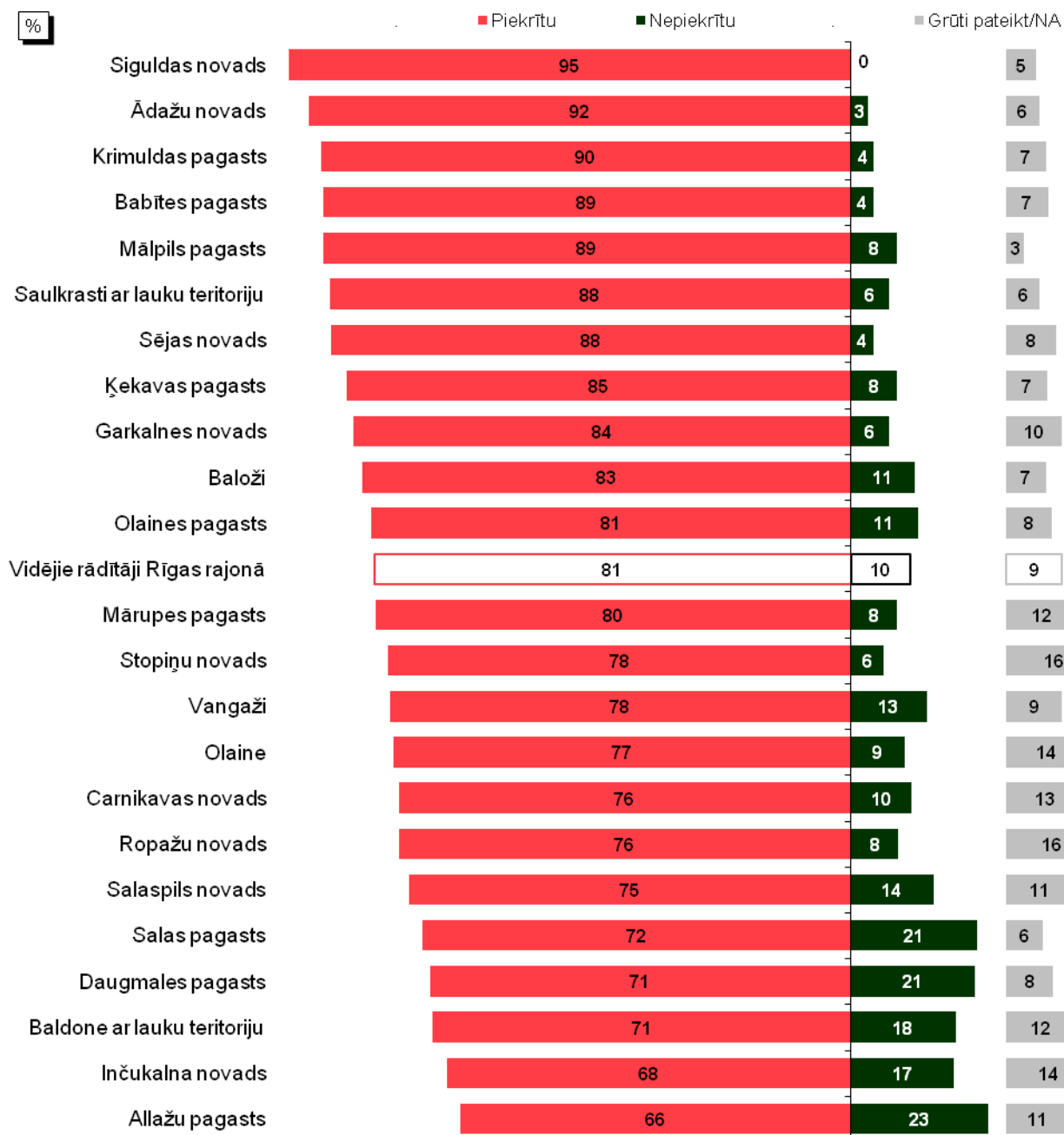
N. p. k.	Respondentu vārdi pētījumā un viņu savstarpējā saistība	Vecums	Mājas raksturojums	Kredīts	Mājas atrašanās vieta– Pierīgas novads
1. 2.	Jadviga, sieva Aleksis, vīrs	60 58	2002. gadā nopirka zemi par 14 dolāriem m ² pēc tam zemes cena pacēlās līdz 30 dolāriem m ² . Zeme – 1700 kvadrātmetri. Dubultmājas platība – 430 m ² kopā ar garāžu, 1,5 stāvi. Abās mājās dzīvo: Jadviga, Aleksis, viņu pieaugušais dēls, viņu meita un meitas dēls.	93 tūkst. latu uz 25 gadiem. Mēnesī jāmaksā 360 latu.	Garkalne
3. 4. 5.	Silvija, sieva Modris, vīrs Asja, meita	42 44 19	Mājā dzīvo kopš 2007. g. Mājas platība – 174 m ² , otrā stāvā 3 istabas, pirmā stāvā viesistaba, darba kabinets, kopā 4 guļamistabas. Zeme – 1200 m ² . Nopirka kā vasaras māju, ar laiku iebūvēs pirtiņu, tagad tur pieliekamais. Mājai ir gāzes apkure. Projekts – individuāls. Mājā dzīvo Silvija, Modris un trīs viņu bērni.	25 tūkst. latu uz 20 gadiem. Mēnesī jāmaksā 110 latu.	Stopiņi
6. 7.	Pēteris, tēvs Lauma, meita	62 34	Būvēt sāka 2005. g., dzīvo kopš 2006. g. beigām. Zeme – 4000 m ² , uz kuras uzbūvētas divas privātmājas – viena meitas ģimenei, otra – vecākiem. Vienā mājā dzīvo Lauma, viņas vīrs un viņu dēls un meita. Otrā mājā – Laumas vecāki un Laumas brālis ar ģimeni.	110 tūkst. latu uz 30 gadiem, vēl jāatmaksā 98 tūkst. Mēnesī jāmaksā 320 latu.	Stopiņi
8. 9.	Marija, sieva Juris, vīrs	52 52	Dzīvo kopš 2005. g., zeme – 2560 m ² , māja ir 136 m ² ar terasi, ir arī saimniecības ēka un garāža. 3 istabiņas, katra apmēram 15 m ² : viena guļamistaba vecākiem, meitai (studentei) ir sava istaba, ir viena kopēja darbistaba.	43 tūkst. eiro uz 35 gadiem. Mēnesī jāmaksā 130 latu.	Salaspils
10. 11.	Rolands, vīrs Sondra, sieva	54 51	Māja – 260 m ² , teritorija – 7500m ² , mājai viens stāvs. Ir pirts, dārzs. Kad nopirka, bija pļava. Mājā dzīvo 4 cilvēki – Rolands, Sondra, viņu meita un dēls. Vecākais dēls dzīvo atsevišķi.	100 tūkst. eiro uz 10 gadiem. Mēnesī jāmaksā 800 eiro.	Ādaži
12. 13. 14. 15.	Oskars, vīrs Iveta, sieva Igo, dēls Elza, vīramāte	38 37 17 60	Zeme – 1205 m ² , māja kopā ar pagrabstāvu – 160 m ² , vēl ir siltumnīca. Ūdens un kanalizācija ir vietējie. Malkas apkure. Mājā dzīvo 4 cilvēki – Oskars, Iveta un viņu dēli Igo un Kārlis.	18 tūkst. eiro. Vēl piecus gadus jāmaksā ap 200 latiem mēnesī.	Salaspils
16.	Maira	45	Māja, kura bijusi īpašumā. Māja ar pildrežģi – 280 m ² . Mājā ģimene (Maira, vīrs, divi bērni) dzīvoja nepilnus 6 gadus. Māja tika pārdota, jo īpašnieki nespēja maksāt kredītsaistības. Tagad ģimene dzīvo šķirti, Irē atsevišķus mājokļus.	Sākotnēji 60 tūkst. latu, tad pieauga līdz 140 tūkst. latu. Mēnesī jāmaksā 700 latu plus 200 latu mašīnas kredīts.	Sigulda

N. p. k.	Respondentu vārdi pētījumā un viņu savstarpējā saistība	Vecums	Mājas raksturojums	Kredīts	Mājas atrašanās vieta–Pierīgas novads
17.	Maija	47	Dzīvo kopš 2005. g. Māja – 100 m ² , zeme – 900 m ² . Ir pirts, dārza mājiņa, siltumnīca. Mājā dzīvo: vecāki kopā ar diviem dēliem, no kuriem viens pieaudzis.	Kredīts uz 20 gadiem, jāmaksā ap 200 eiro mēnesī.	Stopiņi
18. 19.	Līga,sieva Dainis,vīrs	53 54	Mājā dzīvo kopš 2005. g. Zeme – 2700 m ² , māja – 320 m ² , astoņas istabas. Pirts, garāža, mūra māja, būvēta no jauna. Ir mākslīgi veidots dīķis, iekopts dārzs. Ir siltumnīca. Patlaban dzīvo divatā.	Bija kredīts 60 tūkst. latu, pārdeva veco māju un nomaksāja kredītu.	Sigulda
20.	Matīss	63	Mājā dzīvo kopš 2008. g. Mājas dzīvojamā platība – 125 m ² , kopējā platība – 180 m ² . Māja moderna – dzīvojamā telpa ar virtuvi, guļamistaba, darba istaba, pieliekamais kambarītis, garāža, saimniecības telpa, nojume, ir palīgēka. Zeme – 4000 m ² . Mājas īpašnieks pamatā dzīvo viens.	Kredīts uz 10 gadiem. Mēnesī jāmaksā 800 eiro. Tā ir puse no ienākumiem.	Sigulda
21.	Liene	32	Māja – 140 m ² , kopā ar garāžu – 170 m ² . Kopā ir 5 istabas un kabinets. Apakšā ir apkures telpa, bet garāža ir pārbūvēta par sporta telpu. Ir šķūnis. Mājā dzīvo Liene ar vīru, viņu dēls un Lienes māte.	Kredīts mājai 80 tūkst. latu un tikpat daudz remontam, kopā 170 tūkst. latu. Mēnesī jāmaksā 500 latu.	Inčukalns
22. 23.	Andris, vīrs Valda, sieva	38 40	Mājā dzīvo kopš 2006. g. Māja – 200 m ² , zeme – 2000 m ² . Projekts individuāls. Mājā dzīvo Andris, Valda un viņu bērni (3 un 5 gadus veci).	Respondenti uzskata, ka viņu kredīts nav liels un regulāri maksājumi grūtības nesagādā.	Stopiņi
24.	Monika	59	Brīvdienu māja pie jūras. Māja – 110m ² , zeme – 1600m ² . Atjaunota sena māja. Pastāvīgi mājā neviens nedzīvo.	Īpašuma iegādē ieguldīts naudas uzkrājums un pārdotais mantojums.	Saulkrasti
25.	Egīls	50	Māja, kura bijusi īpašumā. Māju banka atsavināja. 150 m ² rindu māja.	Kredīts sākumā bija 100 tūkst. eiro uz 20 gadiem, vēlāk pieauga. 10 tūkst. eiro samaksāja uzreiz. Mēnesī jāmaksā ap 300 latu.	Salaspils
26.	Karīna	46	Māja – 350 m ² , zeme – 1300 m ² . Mājai 3 stāvi. Ir ziemas dārzs un labiekārtota mājas apkārtnē.	Tika ņemts kredīts, vēlāk ieguldījums arī no pārdota īpašuma Latvijā, Siguldā.	Vācija, Brēmenes piepilsēta Zike

3. pielikums. PĒTĪJUMU CENTRA SKDS PĒTĪJUMA TABULAS „Attieksme pret dzīvi savā pašvaldībā: Rīgas rajona iedzīvotāju telefonaptauja”(2009)

1. Apmierinātība ar dzīvi savā pašvaldībā

"Domājot par dzīvi savā pašvaldībā, cik lielā mērā Jūs piekrītat apgalvojumam "Es ieteiktu šeit dzīvot saviem draugiem"?"



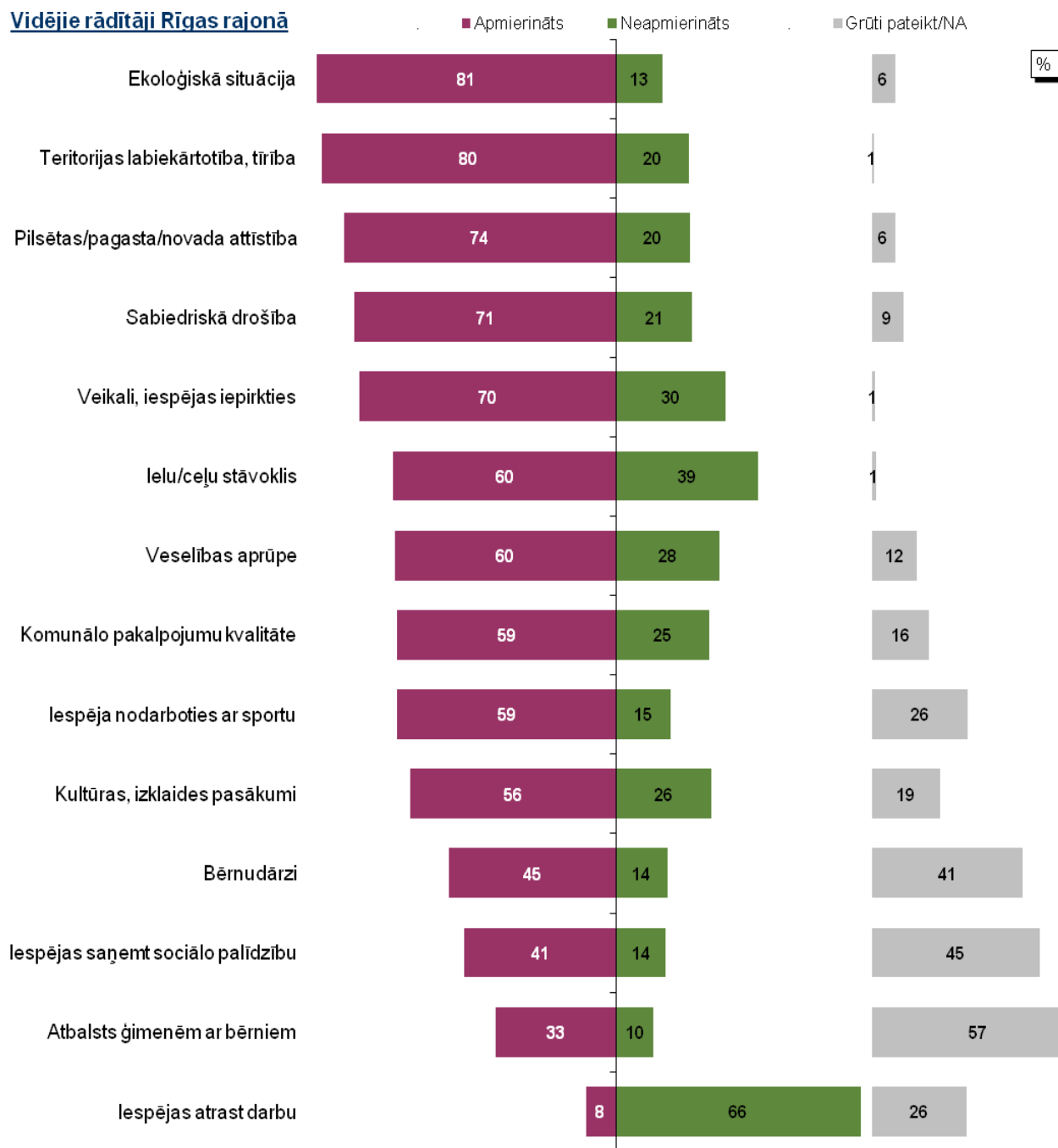
Bāzes: katrā pašvaldībā 50 respondenti

*Piekrītu – summētas atbildes "pilnībā piekrītu" un "drīzāk piekrītu"
Nepiekrītu – summētas atbildes "pilnīgi nepiekrītu" un "drīzāk nepiekrītu"*

2. Apmierinātība ar dažādām jomām

“Lūdzu, novērtējiet, cik apmierināts/a Jūs savā pilsētā/pagastā/novadā esat ar šādām jomām!”

Vidējie rādītāji Rīgas rajonā



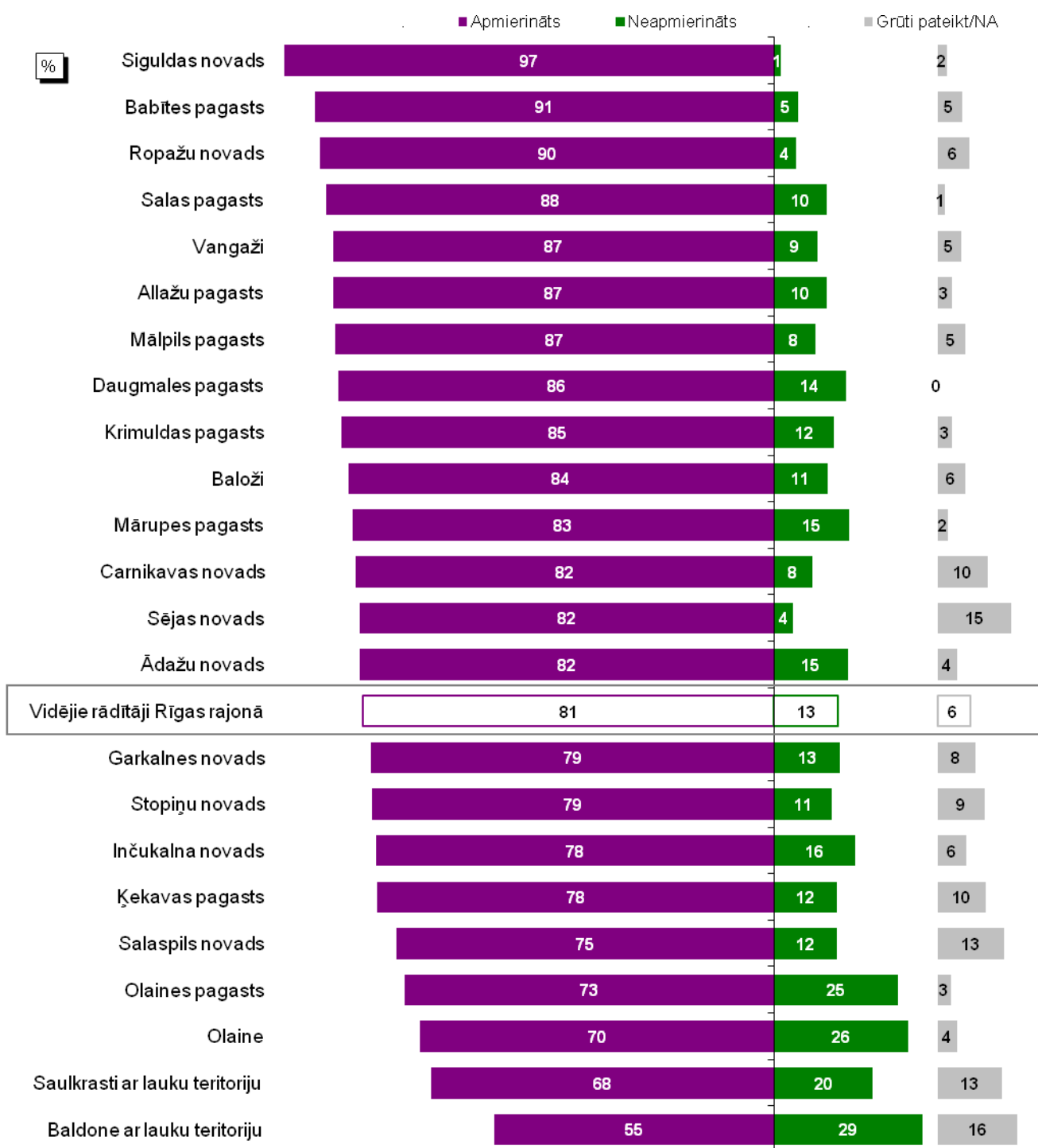
Bāze: visi respondenti, n=1150

Piekrītu – summētas atbildes "pilnībā piekrītu" un "drīzāk piekrītu"

Nepiekrītu – summētas atbildes "pilnīgi nepiekrītu" un "drīzāk nepiekrītu"

3. Apmierinātība ar dažādām jomām

"Lūdzu, novērtējiet, cik apmierināts/-a Jūs savā pilsētā/pagastā/novadā esat ar šādām jomām: **ekoloģiskā situācija!**"



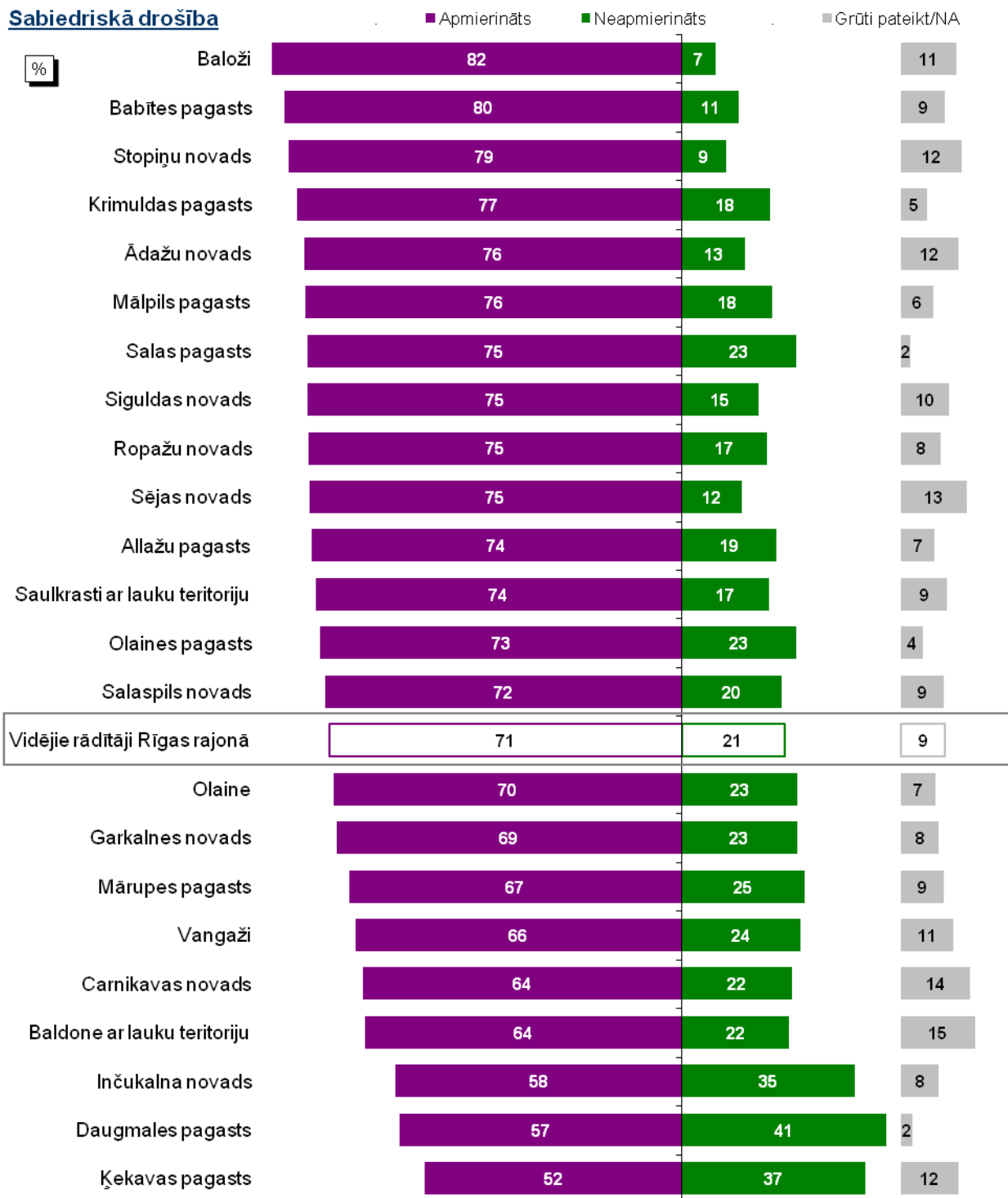
Bāzes: katrā pašvaldībā 50 respondenti

Apmierināts – summētas atbildes "pilnīgi apmierināts" un "drīzāk apmierināts"

Neapmierināts – summētas atbildes "pilnīgi ne apmierināts" un "drīzāk neapmierināts"

4. Apmierinātība ar dažādām jomām

"Lūdzu, novērtējiet, cik apmierināts/-a Jūs savā pilsētā/pagastā/novadā esat ar šādām jomām: **sabiedriskā drošība!**"



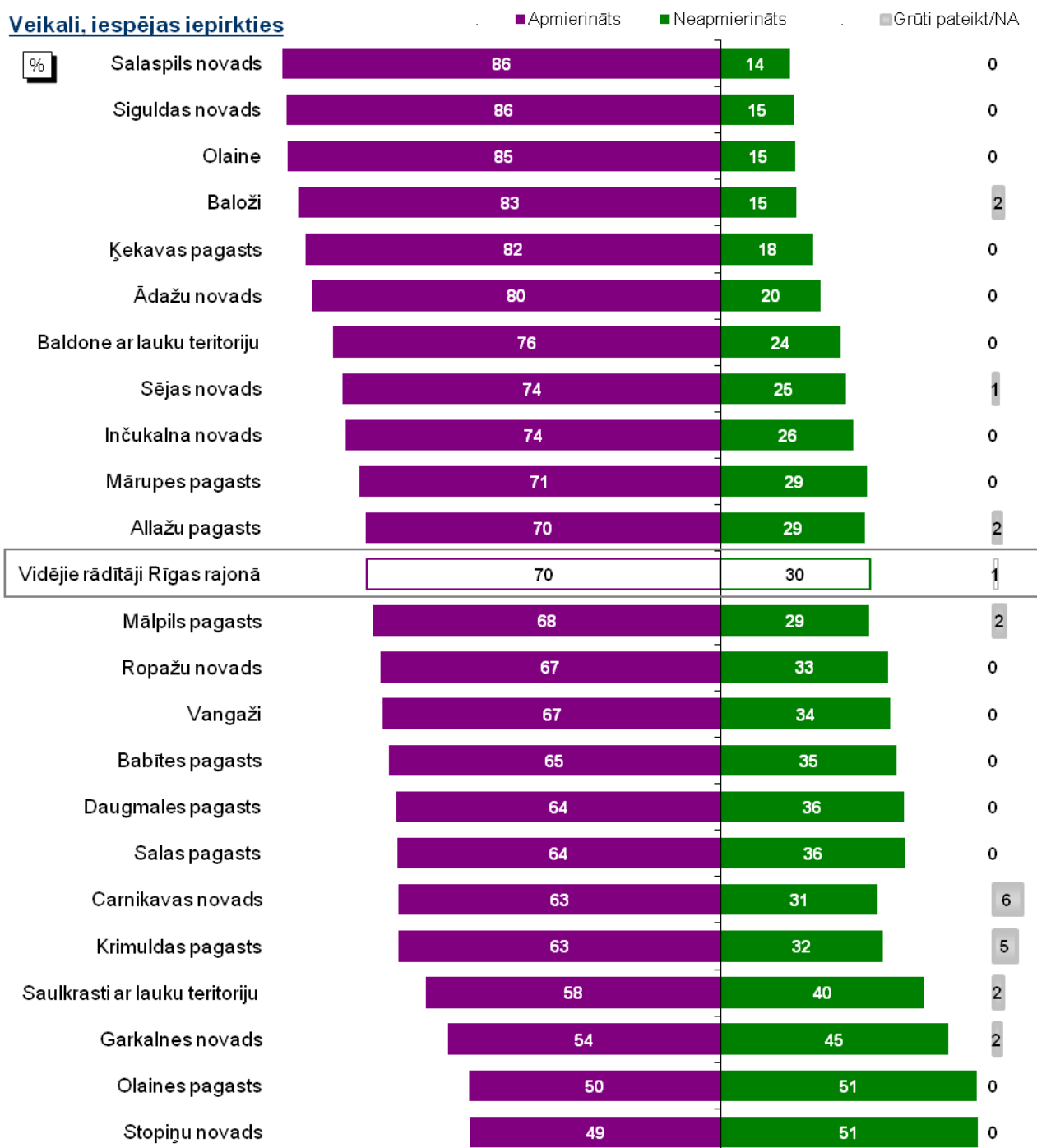
Bāzes: katrā pašvaldībā 50 respondenti

Piekrītu – summētas atbildes "pilnībā piekrītu" un "drīzāk piekrītu"
 Nepiekrītu – summētas atbildes "pilnīgi nepiekrītu" un "drīzāk nepiekrītu"

5. Apmierinātība ar dažādām jomām

"Lūdzu, novērtējiet, cik apmierināts/-a Jūs savā pilsētā/pagastā/novadā esat ar šādām jomām: veikali, iespējas iepirkties!"

Veikali, iespējas iepirkties



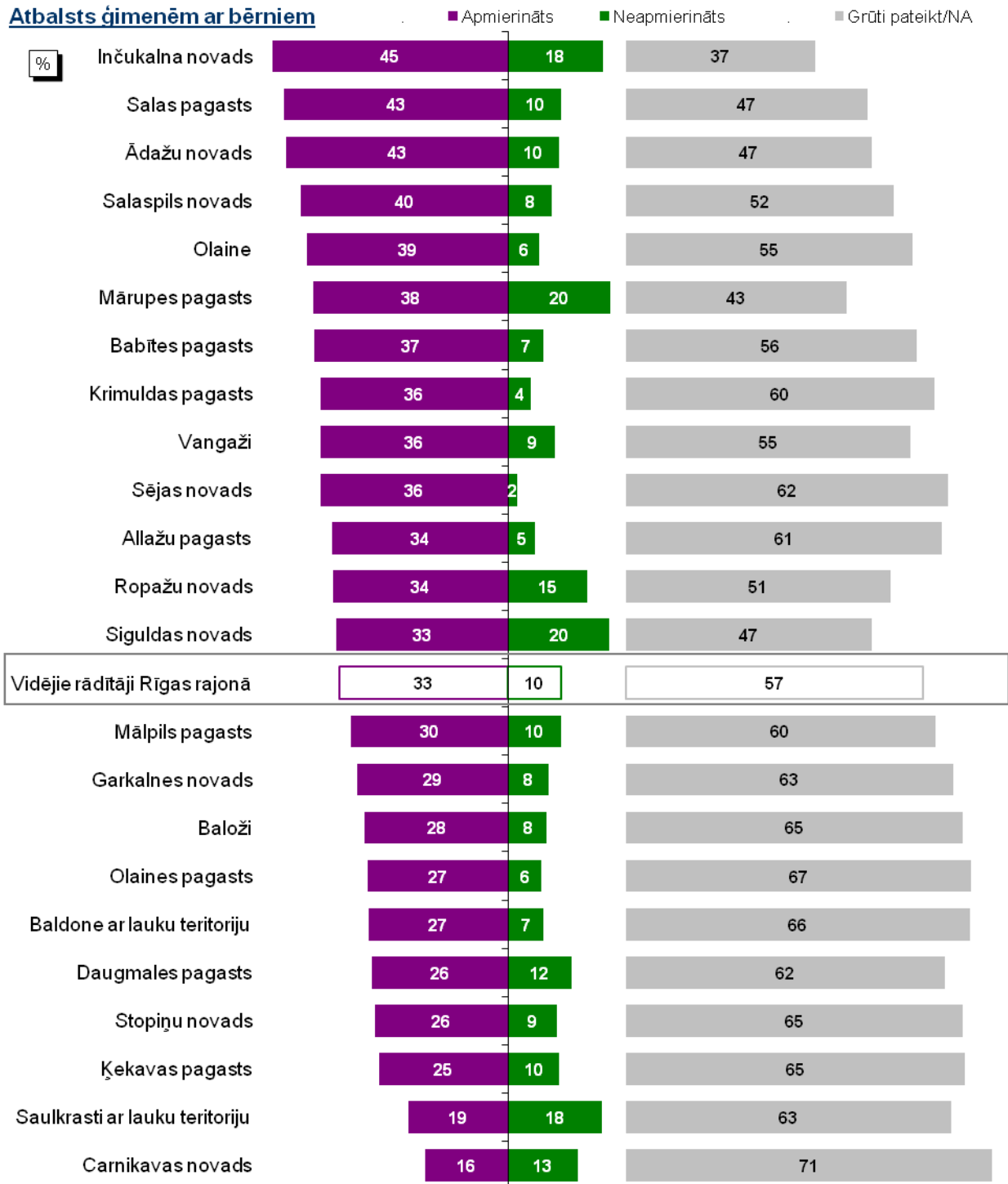
Bāzes: katrā pašvaldībā 50 respondenti

Piekrītu – summētas atbildes "pilnībā piekrītu" un "drīzāk piekrītu"

Nepiekrītu – summētas atbildes "pilnīgi nepiekrītu" un "drīzāk nepiekrītu"

6. Apmierinātība ar dažādām jomām

"Lūdzu, novērtējiet, cik apmierināts/-a Jūs savā pilsētā/pagastā/novadā esat ar šādām jomām: atbalsts ģimenēm ar bērniem!"

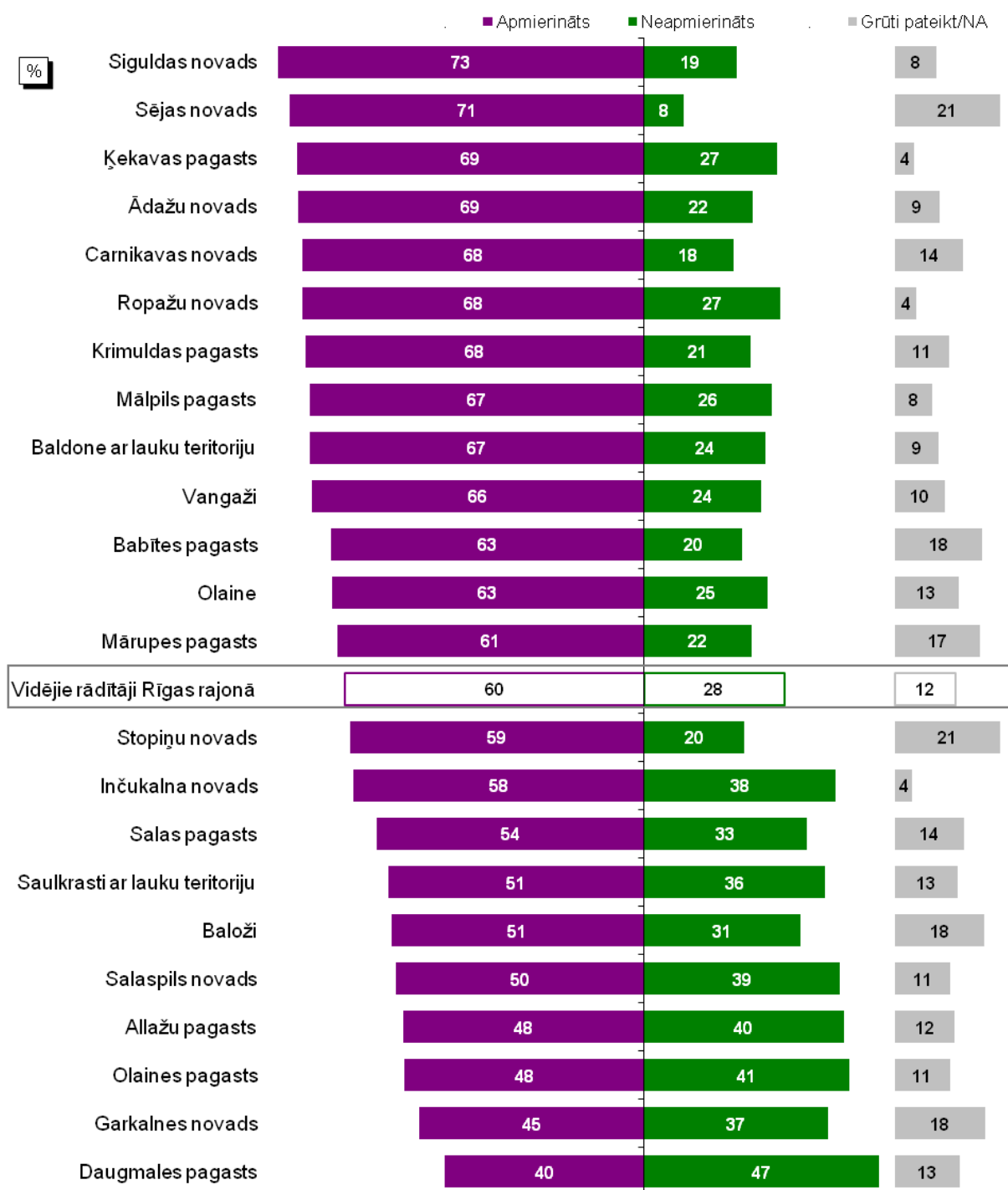


Bāzes: katrā pašvaldībā 50 respondenti

Piekrītu – summētas atbildes "pilnībā piekrītu" un "drīzāk piekrītu"
 Nepiekrītu – summētas atbildes "pilnīgi nepiekrītu" un "drīzāk nepiekrītu"

7. Apmierinātība ar dažādām jomām

"Lūdzu, novērtējiet, cik apmierināts/-a Jūs savā pilsētā/pagastā/novadā esat ar šādām jomām: veselības aprūpe!"



Bāzes: katrā pašvaldībā 50 respondenti

Piekrītu – summētas atbildes "pilnībā piekrītu" un "drīzāk piekrītu"
 Nepiekrītu – summētas atbildes "pilnīgi nepiekrītu" un "drīzāk nepiekrītu"