



Gunta Darbiņa

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

Promocijas darba kopsavilkums
sociālo zinātņu doktora zinātniskā grāda iegūšanai
Specialitāte – socioloģija

Rīga, 2014



RĪGAS STRADIŅA
UNIVERSITĀTE

Gunta Darbiņa

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

Promocijas darba kopsavilkums
sociālo zinātņu doktora
zinātniskā grāda iegūšanai

Specialitāte – socioloģija

Rīga, 2014

Promocijas darbs izstrādāts: Rīgas Stradiņa universitātes Socioloģijas un psiholoģijas katedrā laika posmā no 2008. gada līdz 2014. gadam

Darba zinātniskā vadītāja:

Dr. sc. soc., docente **Agita Lūse**,
Rīgas Stradiņa universitāte, Latvija

Oficiālie recenzenti:

Dr. geogr., profesors **Oļģerts Nikodemus**,
Latvijas Universitāte

Dr. sc. soc., docente **Līga Rasnača**,
Latvijas Universitāte

Dr. sc. soc., docente **Anda Laķe**,
Rīgas Stradiņa universitāte, Latvija

Promocijas darba aizstāvēšana notiks 2014. gada 26. septembrī plkst.10.00 Rīgas Stradiņa universitātes Socioloģijas promocijas padomes atklātā sēdē Rīgā, Dzirciema ielā 16, Hipokrāta auditorijā.

Ar promocijas darbu var iepazīties RSU bibliotēkā un RSU mājaslapā:
www.rsu.lv



IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ



EIROPAS SAVIENĪBA

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

Promocijas padomes sekretāre:

Dr. phil. soc. darbā, docente **Signe Dobelniece**

SATURS

1. IEVADS	4
1.1. Promocijas darba aktualitāte un zinātniskā novitāte	4
1.2. Promocijas darba mērķis un uzdevumi	8
1.3. Promocijas darba struktūra	9
2. PROMOCIJAS DARBA TEORĒTISKAIS PAMATS – PRAKSES TEORIJA PATĒRIŅA PĒTNIECĪBĀ.....	11
3. PRIVĀTMĀJAS PATĒRIŅA PRAKSI IETEKMĒJOŠI FAKTORI.....	20
4. PĒTĪJUMA METODOLOĢIJA	25
4.1. Pamatotās teorijas pielietojums pētījumā	25
4.2. Respondentu atlasē kritēriji un sociālās vides raksturojums	28
4.3. Datu analīzes metodes	32
5. PĀRSKATS PAR PRIVĀTMĀJAS PATĒRIŅA PRAKSES IZPĒTI TRĪS DIMENSIJĀS	35
5.1. Privātmājas patēriņa prakses motivācija un norise	36
5.2. Privātmājas piepilsētā patēriņa un dzīvesstila mijiedarbība	42
5.3. Privātmāja piepilsētā: patēriņa prakšu izaicinājumi	47
DISKUSIJA UN SECINĀJUMI	52
ZINĀTNISKĀS PUBLIKĀCIJAS PAR PROMOCIJAS DARBA TĒMU	61
ZINĀTNISKĀS KONFERENCES, KURĀS PREZENTĒTI PĒTĪJUMA REZULTĀTI.....	63
IZMANTOTĀ LITERATŪRA.....	65

1. IEVADS

1.1. Promocijas darba aktualitāte un zinātniskā novitāte

Promocijas darbā pētītas postsociālistiska patēriņa prakses, 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 neolibērālisma iezīmēm ekonomikā, sociālajā sfērā un vides attīstībā. Strauji mainoties politiskajai un ekonomiskajai sistēmai, sociālisma valstu iedzīvotāji nokļuva “starpstacijā” – postsociālismā – un neoliberalā politika pavēra *iespēju okeānu*, aicinot, mudinot, pārliecinot, ka patēriņš (proti, “pirkšana”) ir galvenais rādītājs, vai indivīds pieder pie kapitālistiskās ekonomikas sabiedrības. Nav šaubu, ka patēriņš attīsta ražošanu un tādējādi veicina labklājību, tomēr vienlaikus tas rada riskus un krīzes, kas savukārt apdraud labklājību.

Līdzās patēriņam, ko prasa pamatvajadzību apmierināšana, indivīdi kā patērētāji tiek iesaistīti arī plašos 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, jo vispārēji pieņemts ar patērēšanu saistīt dabas resursu izlietojumu, dārgu zīmolu lietas vai ekstravaganu dzīvesstilu, tomēr cilvēki tik ļoti cenšas savas mājas veidot apbrīnas vērtas.

Ap 2000. gadu jauni būvēta piepilsētas privātmāja daudziem postsociālisma patērētājiem kļuva par jaunā sociālā vidusslāņa statusa apliecinājumu un demonstrēja iekļaušanos Rietumu dzīves standartos. Marks Līhtijs(*Mark Liechty*) uzsver, ka izprast vietējo vidusšķiru ir ne mazāk svarīgi,

kā ir saprast starpvalstu darbaspēka un kapitāla attiecības (Liechty 2003). Privātmājas patēriņa prakšu pētīšana ir iespēja gūt zināmu priekšstatu par valsts sociālā pamata – jaunās vidusšķiras - veidošanās tendencēm un vērtību sistēmu, jo privātmāja ir īpašs fenomens patēriņa pētniecībā. *Māja* satur atmiņas un ilgas, idealizāciju, emocionālu un fizisku, pozitīvu un negatīvu novērtējumu un rada kontekstu sociālo un patērēšanas prakšu analīzei (Mallett 2004: 70).

20. gadsimta 90. gadu beigās patērētāju kultūras pētniecība kļuva populāra Rietumu pasaulē, sāka iznākt vairāki zinātniski izdevumi: žurnāli “*Consumption*” un “*Markets and Culture*” bet kopš 2001. gada iznāk “*Journal of Consumer Culture*”. 2010. gadā tapis apjomīgs četru sējumu izdevums “Patēriņš” (*Consumption*, SAGE Publications), vairāku šā izdevuma autoru (*Trentmann, Featherstone, Campbell, Bourdieu, Bauman, Cohen, Warde, Savage, Schor* u.c.) publikācijās argumentētās teorētiskās atziņas iekļautas arī promocijas darba teorētiskajos izvērsumos. 2011. gadā “*Journal of Consumer Culture*” vispusīgi pievērsās ikdienas dzīves patēriņa pētījumiem, kas balstīti prakses teorijas pieejā. Prakses teorija pēdējos desmit gados veiktajos patēriņa pētījumos ir apliecināta kā daudzsološa pieeja, kas ļauj novirzīt individuālā patērētāja aspektu uz patērēšanas kopējiem aspektiem, uzsver Elans Vords (*Alan Warde*), un no iespaidīgas un demonstratīvas patērēšanas dimensijas pētīšanas uz rutinizētu un ikdienas patērēšanas dimensiju (Warde 2005). Prakses teorijas pieeja ļauj pētīt ne tikai patēriņa prakšu stabilitāti, bet arī, gūt ieskatu, kādas prakses ir sastopamas un kādas vēl tikai veidojas, kas ir sevišķi būtiski saistībā ar jaunajām patēriņa praksēm postsociālisma valstīs.

Patērēšanas teorētiska izpratne Latvijā tika aktualizēta 2005. gadā Latvijas Universitātes rīkotajā konferencē “Patērniecība Latvijā: tendences un alternatīvas”. 2006. gadā iznākušajā konferences rakstu krājuma¹ ievadā teikts, ka konferences mērķis bija noskaidrot, kā patērēšana ietekmē mūsdienu

¹ Zelče V. (red.) (2006). *Patērniecība Latvijā: tendences un alternatīvas*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. Agora, 5.

sociālās dzīves struktūru un organizāciju, kā vispār vērtēt labklājību un patēriņu, kādas ir patērniecības sekas. Profesore Skaidrīte Lasmane uzsver, ka patērniecība izpaužas kā cilvēku privātās un sociālās dzīves komercializācija (Lasmane 2006: 11). Promocijas darbā dziļāka patērnieciskuma analīze nav iekļauta, jo šis darbs orientēts uz patēriņa prakšu pētniecību, dziļāk nepievēršoties patērēšanas vispārējām negatīvām tendencēm. Promocijas darbā akcentēta patēriņa būtība, kas atklājas patēriņa praksēs, pētot to veidošanos, veikšanu, izplatību, dažādošanos vai arī iespējamu izzušanu, un socioloģijas pētījumu lauks ir meklēt atbildes uz jautājumiem *ko? kā? kāpēc?* cilvēki dara. Sociologs Tālis Tisenkopfs uzsver, ka viena no socioloģijas funkcijām ir “īlustrēt 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 2010b: 22).

Patēriņa prakšu pētījumi ļauj izprast ģimeņu vēlmes un stratēģijas individuālo dzīves apstākļu uzlabošanā. Tomēr liela mēroga patēriņa prakses parasti prasa finanšu ieguldījumu, ko pārsvarā nodrošina hipotekārs aizņēmums, kas ietver atmaksāšanas risku un var ietekmēt gan ģimeņu dienaskārtību, gan valsts ekonomiku. Jaunā gadu tūkstoša sākumā arī Latvijā nekustamā īpašuma ieguves, lietošanas un uzturēšanas praksēs strauji iesaistījās daudzas ģimenes, bieži nenovērtējot risku, kas saistās ar naudas aizņēmumos balstītu liela mēroga patēriņu. Acīmredzot būtiski ir mainījusies latviešu nācijas 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 pētījumu centra *SKDS* 2005. un 2008. gada aptaujām, kur respondentiem tika jautāts par aktivitātēm savas dzīves uzlabošanai, Tālis Tisenkopfs uzsver, ka no 22 minētām aktivitātēm visspilgtāk izpaudusies *personīgās materiālās labklājības vairošanas stratēģija*, ko var

apzīmēt ar vārdu “tērēt” (Tisenkopfs 2010a: 366). Šo stratēģiju raksturo kredītu ņemšana, nekustamā īpašuma iegāde, naudas noguldīšana, veselības un dzīvības apdrošināšana. Šī stratēģija ir aktuāla joprojām, jo, kā liecina Latvijas Bankas 2012. gada oktobra Makroekonomisko norišu pārskats, tieši privātais patēriņš tuvākajā laikā varētu saglabāt vadošo lomu IKP pieaugumā. Līdzīgas prognozes atrodamas arī 2013. gada oktobra Latvijas Bankas Makroekonomisko norišu pārskatā. 2009. gadā politiķis *Dr.oec.* Roberts Zīle uzskatīja, ka ekonomiskās krīzes cēlonis ir privātais patēriņš, nevis budžeta deficīts. Iesaistīšanās augsta līmeņa patēriņā, lai īstenotu privātmājas patēriņa vēlmes, rosināja daudzas ģimenes Latvijā pieņemt lēmumus par riskantiem hipotekāriem kredītiem. Parāds vairāku desmitu gadu vai pat visa atlikušā mūža garumā demoralizē cilvēku – ir pārliecināts 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 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. Pētījuma sākuma stadijā veidojās atziņa, ka patērēšanas modeļus dziļāk un daudzpusīgāk pamato indivīdu motivācija patērēt, lai gan būtiska ir arī neolīberālisma politikas ietekme. Promocijas darbā pētītās patēriņa prakses tiek realizētas postsociālisma piepilsētas zonā, un patērēšana pētīta saistībā ar neolīberālas politikas ietekmētiem suburbanizācijas procesiem. 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” cilvēkiem, kuru mērķis bijis apvienot laukus (māja un vide) un pilsētu (darbs, sociālā infrastruktūra, brīvā laika ērtības).

Promocijas darbs sniedz ieguldījumu patērētāju kultūras un patēriņa prakses teorētiskajās nostādnēs socioloģijā un empīrisko patēriņa prakšu pētījumu attīstībā. Latvijā šāds pētījumu virziens ir jauns, un promocijas darbs sniedz paplašinātu teorētisku un metodoloģisku ieskatu turpmākai patēriņa prakšu pētījumu veikšanai. Promocijas darbā analizēta ļoti aktuāla Latvijas sociāla problēma – kredītsaistību sociālie izaicinājumi un to ietekme uz daudzu ģimeņu likteņiem. Ikdienas dzīves pētniecība spēj atklāt patiesu un aktuālu šķautni priekšstatos par Latvijas iedzīvotāju saimniecisko kultūru. Pamatojoties uz pētījuma datiem un secinājumiem, ir iespējams identificēt liela mēroga patēriņa prakšu riskus, rosinot sabiedrības izglītošanu un diskusiju publiskajā telpā, kā arī motivēt vietējās pašvaldības meklēt risinājumus neveiksmīgas būvniecības rezultātā tapušajiem *plavu ciemiem* un pamestajām jaunbūvēm, kas nopietni ietekmē piepilsētas vidi.

1.2. Promocijas darba mērķis un uzdevumi

Pētījuma mērķis ir izziņāt un analizēt privātmājas piepilsētā īstenojuma postsociālistiska patēriņa praksi un to ietekmējošus faktorus.

Mērķa sasniegšanai pētījumā izvirzīti vairāki 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.

1.3. Promocijas darba struktūra

Promocijas darbs uzrakstīts latviešu valodā, tā struktūru veido Ievads, 5 nodaļas, Diskusija un secinājumi, Literatūras saraksts un 3 pielikumi. Tekstā iekļauti 44 attēli. Promocijas darba apjoms ir 170 lappuses bez Literatūras saraksta un pielikumiem. Literatūras saraksts ietver 198 vienības.

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 – Torstaina 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 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 aprakstīti respondentu atlasē kritēriji, datu ieguves un analīzes pētnieciskā metode. Uzmanība veltīta pamatotajai teorijai un tās radošumu (*emergenti*) uzturošajam raksturam. Analizētas jauktās pētniecības metodes, vairāk pievēršoties promocijas darba pētījumā lietotajai jaukto pētniecības metožu *triangulācijas* modeļa pieejai. Aplūkota attēlu 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 daļā ietverta zinātniska diskusija un apkopoti pētījuma gaitā izdarītie secinājumi.

2. PROMOCIJAS DARBA TEORĒTISKAIS PAMATS – PRAKSES TEORIJA PATĒRIŅA PĒTNIECĪBĀ

Preces un pakalpojumi ir identitātes apliecinātāji un komunikācijas veids. Jēdziens *patērētāju kultūra* uzsver, ka lietu pasaule un tās principi ir galvenie kritēriji, lai izprastu mūsdienu sabiedrību. Pirmkārt, patērētāju kultūra ietver kultūras dimensijā balstītu ekonomiku un materiālās lietas interpretē ne tikai kā lietderīgas, bet arī kā komunikāciju. Otrkārt, jēdziens ietver tirgus principus, kas balstīti pieprasījumā, kapitāla uzkrāšanā, konkurencē un monopolizācijā. Patērētāju kultūra veidojusies saistībā ar postmodernismu, kam raksturīga cilvēku vēlme vairāk patērēt tēlus, stilus, ideālus, fantāzijas un *sapņus*, nevis patērēt lietas. Frenks Trentmans (*Frank Trentmann*) uzskata, ka patērēšana ir jauns dzīvesstils, kurā patēriņš ir izšķirošs sevis veidošanā, un tas ir sākums patērētājam – pilsonim. 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 tiek apšaubīti, jo kritiskā virziena teorētiķiem nav izdevies pietiekami novērtēt patērētāju apzinātu rīcību un sekas, un patērētāji bieži attēloti pārāk vienvēidīgi. Ar Torstainu Veblenu (*Thorstein Bunde Veblen*) 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 nav aktuāla, jo patērētāju kultūrā dzīvesveids tiek veidots kā dzīves projekts, demonstrējot individualitāti un stila izjūtu. Pjēra Burdjē (*Pierre Bourdieu*)

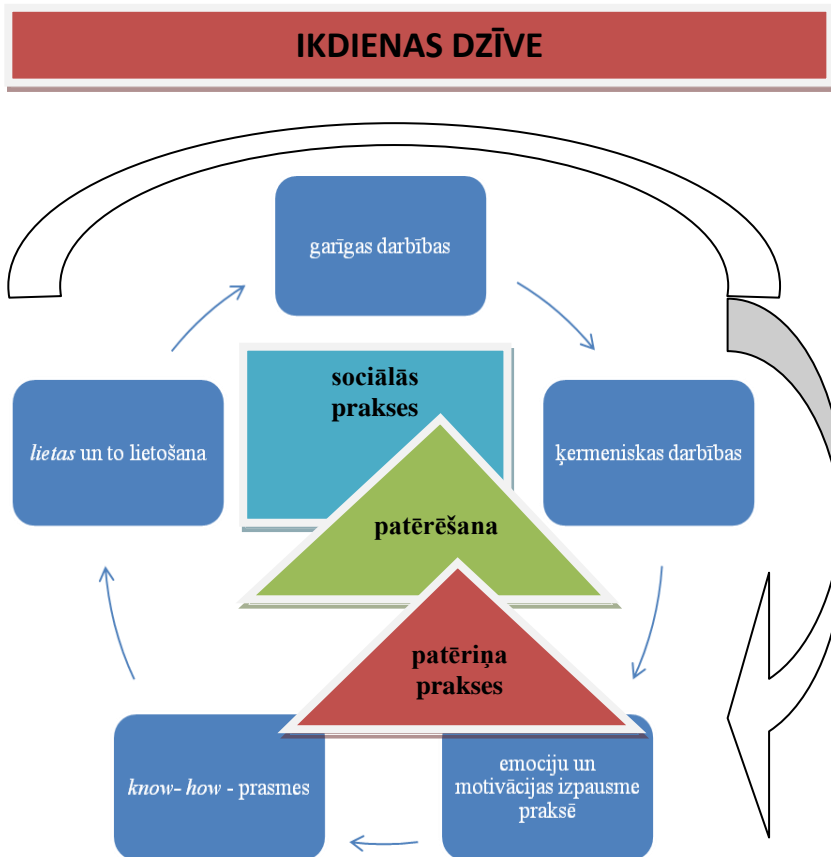
habitus ir viena no pētnieciskajām pieejām, kas it kā samierina *nomocītos* patērētājus ar labu patēriņa rezultātu, jo *habitus* atbild ne tikai par darbību, bet arī par domām, saprašanu, motivāciju un uztveri. Savukārt Frankfurtes skolas teorētiski akcentēja kultūru kā ražotāju vadītu, uzsverot, ka 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. Saskaņā ar Žana Bodrijāra ((*Jean Baudrillard*) viedokli informācijas tehnoloģijas piebīvē sociālās attiecības ar kultūras zīmēm tādā apjomā, ka vairs nevar runāt par *normalitāti*. Reklāmām ir īpašas iespējas piešķirt romantikas, eksotikas, vēlmju, skaistuma, apmierinājuma, kopības u.c tēlus ikdienišķām patēriņa precēm. Tāpēc emocijas patērētāju kultūrā un patēriņa praksēs ieņem nozīmīgu vietu, bieži izslēdzot *praktisko jēgu*.

20. gs. 90. gados patēriņa pētniecībā mazinājās 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). Andreass Rekvics (*Andreas Reckwitz*) 2002. gadā publikācijā “Virzība uz sociālo prakšu teorijām. Attīstība kultūras zinātnieku teorijās” (“*Toward a theory of social practices. A development in culturalist theorizing*”) iezīmēja prakses teorijas jaunās iespējas. Rekvica teorētiskais ieguldījums tiek atzīts kā īpaši nozīmīgs prakses teorijas tuvināšanā socioloģiskai pieejai patēriņa pētniecībā, savukārt Teodora Šacka (*Teodore 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.

Prakse, kā to raksturojis Šackis, ir beztermiņa parādība telpā un laikā, jo prakse nesastāv no konkrētu darbību skaita reālā laikā. Praksei 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. Rekvics savukārt ir izveidojis arī sociālās prakses definīciju:

“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 zinātnības (*know-how*) formā, un kurā izpaužas emocijas un motivācija” (Reckwitz 2002: 249).



2.1. att. Savstarpēji saistīti elementi, kuri veido sociālās un arī patēriņa prakses (atsaucoties uz Rekvica prakses definīciju)

Visas sociālās prakses nav patēriņa prakses, bet gandrīz visas sociālās prakses ietver patērēšanu. Tā kā prakse nav tikai ķermeniska izturēšanās, tā ietver arī sapratnes, prasmes un vēlmes, kas ir prakses elementi un kvalitātes, bet nav indivīdu pašu kvalitātes. Pētnieki Jērans Goldkūls (*Göran Goldkuhl*) 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 iekļaušanās tajās (Goldkuhl & Julkunen 2011).

Pagājušā gadsimta 70. gados *sociālo praksi teorija* veidojās kā konceptuāla alternatīva, šķietami pievilcīgāka un vieglāk izprotama par klasiskajām modernitātes un sarežģītajām sociālajām teorijām. Sociālā teorija, skaidrojot sociālās dzīves raksturu, ilgi ir balstījusies uz diviem jēdzieniem – *individualitāte* un *cilvēku kopums*, uzskata Šackis. Kad sociālās dzīves teorijās tradicionālā dualitāte kļuva par pārāk vāju balstu, pētnieku vidē nostiprinājās jauns un daudzsološs jēdziens – *prakses teorija*, ko 1997. gadā formulēja Šackis. *Prakses teorija* veidojusies kā turpinājums zinātniskām diskusijām par struktūrām un sociālajiem aģentiem sociālajā teorijā un filosofijā. Saknes šim pētniecības virzienam meklējamas Martīna Heidegera (*Martin Heidegger*), Ludviga Vitgenšteina (*Ludwig Wittgenstein*) filozofijā un agrīnajos Pjēra Burdžē, Antonija Gidensa (*Anthony Giddens*), vēlinajos Mišela Fuko (*Michel Foucault*) darbos, arī Teodora Šacka filosofijā. Atdzimušo interesi par prakses teoriju signalizēja Šackis ar retorisku paziņojumu 2001. gadā: “Prakse ir atgriezies mūsdienu sociālajā teorijā”. Kopš 2000. gada prakses jēdziens un tā atvasinājumi tikuši piemēroti dažādiem empīriskiem pētījumiem, kas aprakstīja, interpretēja un skaidroja sociālos procesus un uzvedību. Pētnieks Deils Satertons un kolēģi (Southerton et al. 2012) atzīst: ir vispārpieņemts, ka prakses ir sociālas un piedalīšanās tajās ietecās *sociālā* 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. E. Vorda raksts “Patēriņš un prakses teorijas” (Warde 2005) tiek vērtēts kā pirmais

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

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. Sociālās prakses saistībā ar tādām realitātēm kā rīcība, institūcijas, struktūras un to izpratne atklāj savu kontekstu, un tas ir – cilvēku līdzāspastāvēšana un *sociālā* fenomens (Schatzki 1996: 11–13). Šackis savu prakses teorijas pieeju balsta uz divām atziņām: “pirmkārt, sociālā kārtība tiek iedibināta sociālo prakšu ietekmē un, otrkārt, prāts ir centrālā dimensija šajā *procesā*” (Schatzki 2001: 51). Pirmais nosacījums galvenokārt kalpo kā konteksts otrā nosacījuma attīstībai. Funkcija, ko sociāli konstituēts prāts īsteno prakses organizācijā, apliecina prakses kā sociālās kārtības lomu. Šackis iezīmē divas atšķirīgas sociālās kārtības izpratnes. Viena iezīmē sociālās kārtības izziņas problēmu, kas saistīta ar stabilu, regulāru un paredzamu uzvedības modeļu veidošanu un saglabāšanu. Otra sociālās kārtības izpratne jautā, kas satur sabiedrību kopā, kas nodrošina relatīvi stabilu, bet ne varmācīgu cilvēku līdzāspastāvēšanu (Schatzki 2001: 51). Tā ir *sociālā kārtība kā vienošanās*, kur realitātes ir saistītas cita ar citu gan telpiski, gan cēloniski, gan apzināti, arī pretdarbīgi, veicinot vai apspiežot cita citas aktivitātes. Šādi sociālā kārtība organizējas sociālajās praksēs.

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, arī vairāki citi teorētiķi (*Elizabeth Shove, Stephen Kemmis*), kuru 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). Trešais nule minēto teorētiku 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 izpratni par cilvēka ķermeni, kurš apvieno gan personas prātu un rīcību, gan individuālu darbību un sociāli daudzveidīgu darbību atkārtojumus.

Prakses teorija *praksi* saprot kā saikni starp organizētām darbībām, un šī saikne veidojas: 1) ar *lietpratību* – ko cilvēki runā un ko cilvēki dara; 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).

Lietpratīguma skaidrojumu aprīse labi saskatāmas klasiķu teorētiskos prakses skaidrojumos. Burdjē tas ir *habitus*, ko varētu interpretēt 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. Gidenss pauž viedokli, ka vienīgi *praktiskā apziņa* nosaka rutinētās darbības (Schatzki 2001: 58), savukārt Burdjē apgalvo, ka aktora “spēles izjūta” (*sense for the game*) nosaka visu cilvēka darbību (Burdjē 2004: 90–91). Burdjē skaidro, ka *habitus* zināmā mērā ir praktiskas hipotēzes, kas dibinātas iepriekšējās pieredzēs, un piešķir pārāk lielu nozīmi agrākajām pieredzēm. *Habitus* ik pa brīdim strukturē un “atlasa” jaunu pieredzi saskaņā ar pagātnes pieredzes radītām struktūrām (Burdjē 2004).

Svarīgākais Burdjē teorijā – *habitus* kā atlasē princips praksē (Schatzki 1997: 287). Burdjē uzskata, ka darbības, ko *habitus* izvēlas, ir sapratīgas un pieņemamas, un tas, pirmkārt, nozīmē, ka darbības ir pieņemamas konkrētajā situācijā. Otrkārt, Burdjē teorija uzsver, ka aktora mantotās rakstura noslieces (*dispositions*) ir formējušās noteiktās praksēs (Burdjē 2004: 77–85). Burdjē savu teoriju saista ar prakšu iekšēju diferencēšanu, fokusējoties uz sociālās klasifikācijās pretstatiem, prakses pieejamību un piemērošanos praksei.

Ar **noteikumiem** prakses teorētiskajos skaidrojumos 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). Noteikumi, kas var būt gan likumi, gan normas, gan kodi, atbilstoši Gidensa teorijai tiek lietoti metodoloģiski un kā vispārīgas darbību procedūras ir iesaistīti ikdienas dzīves praktiskajās aktivitātēs. Noteikumi un resursi organizē prakses, atklājoties tiešās darbības, kas veido sociālo prakšu laiktelpu iespējami paplašinātu (Gidenss 1999; Schatzki 1997). 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).

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

Prakses ir cilvēku darbību saikne, bet **darbības** saskaņā ar Šacka teoriju ir notikumi, kas notiek. *Darbības kā notikumi* atšķiras no *tikai notikumiem*, jo *darbības kā notikumi* ir speciāli iecerētas un brīvprātīgas (Schatzki 2012: 18). *Darbība kā notikums* ir laiktelpiska. 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).

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*.

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, kā prakses norisē dalībnieki plāno un veic atsevišķas darbības, lai sasniegtu konkrētu rezultātu (Schatzki 2012: 16). Savukārt pati 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. Precīzs teleoemocionalitātes apveids un komplicētība, kas vada cilvēku aktivitāti, ir atkarīga no dzīves apstākļu diapazona, ko nosaka darbības (Schatzki 1997: 302).

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

Prakses tādējādi ir cilvēku līdzāspastāvēšanas noteikta dimensija un nav nošķirtas no indivīdiem un viņu savstarpējām attiecībām. Indivīdi ir savstarpēji saistīti gan praksēs, gan saistībā ar praksēm.

Saistībā ar šeit veikto prakses teorijas izklāstu būtiski ir atzīmēt, ka vispārēja prakses teorija sliecas būt idealizēta, abstrakta un nepietiekami vērīga pret sociālajiem procesiem, kuri ir klātesoši sociālo prakšu radīšanā un reproducēšanā.

Patēriņš nav pats par sevi prakse, bet tas ir nozīmīgs katrā praksē. Tieši indivīdu **iesaistīšanās vispārējā praksē** izteiktāk nekā personīgs lēmums par prakses realizāciju **skaidro patēriņa dabu un procesu** (Warde 2005). Burdjē *habitus* jēdziens saistībā ar izjūtu, kas iemiesota un strukturēta rīcībā, ir priekšstats, kas ietver cilvēku rīcības sakārtotību un prognozējamību (Warde 2005: 140). Atsaucoties uz promocijas darba pētījumu, var secināt: ja notikusi privātmājas iegāde par 100 000 latiem, pat īsti neapskatot tās apkārtni, tad, iespējams, postsociālisma apstākļos kā patērēšanas stratēģija parādās *prognozējama neprognozējamība*. Atšķirīgi prakses veidojas arī atdarinot (piemēram, postsociālisma valstu iedzīvotāju vēlme atdarināt Rietumu ikdienas dzīves prakses), bet šīs prakses tāpat ietekmē regulācija, interpretācija un pārveidošana (Halkier et al. 2011). Pētot patērētāju kultūru, prakses teorija palīdz fokusēties uz radītiem apstākļiem, kuros ir nepieciešamība pēc patērēšanas (piemēram, dzīvokļu un ģimenes māju trūkums postsociālismā), bet nemainās patērēšanas nozīmīgums, kultūras vide vai praksē iesaistīto indivīdu patērēšana.

3. PRIVĀTMĀJAS PATĒRIŅA PRAKSI IETEKMĒJOŠI FAKTORI

Patērēšana nav unificēta un saskaņota darbība, nav arī personīgi integrēta aktivitāte, tādējādi prakses teorija palīdz aptvert mūsdienu sadrumstalotās, postmodernās sociālās pasaules iezīmes, nezaudējot pašu patēriņu kā pētniecības mērķi. Ikdienas dzīves patērēšanas prakses ir vēsturiski piepildītas ar politisku un morālu jēgu, kas nav vienādojama ar vispārpieņemto dalījumu starp tirgu, cilvēkiem un politiku. Bieži politiskās patēriņa prakses kopā ar neoliberālu politiku rada ticību, ka tirgus ir visefektīvākais sociālo vērtību tiesnesis. 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 žurnālisti, vietējo kopienu viedokļu līderi, sabiedriskas organizācijas un politiķi (Thompson 2011: 140). Kopējās iezīmes, ko apliecina līdzšinējie postsociālisma valstu apstākļu pētījumi saistībā ar jauno kapitālistisko patērētāju kultūru, parāda, ka līdz ar politiskās sistēmas transformāciju tikušas adaptētas arī Rietumu sociālās un patēriņa prakses.

Viens no būtiskākajiem 20. gs. pirmās puses Rietumu 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). Sociālisms mainīja Latvijas uzsāktu Rietumu 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. Latvijā, tāpat kā citās sociālisma zemēs, valsts ideoloģija pārraudzīja gan dzimumu vienlīdzību, gan *šķiru vienlīdzību* (Eglītis-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, neoliberalisms kļuva par postsociālisma valstu ideoloģisko dogmu. Iespēja sadzīvot ar neoliberalismu bija jāatrod ne tikai politiskajām elitēm un vietējai varai, bet arī kopienām, ģimenēm un indivīdiem savā ikdienas dzīvē (Creed 1998). Neoliberalisma iedvesmota, Latvijā tieši politiskā elite ap 2004.–2007. gadu sabiedrību aicināja uz neapdomīgu patērēšanu. Patēriņš veidojās kā politiska prakse, saistībā ar nekustamā īpašuma tirgu, veicinot banku lobismu, celtniecības uzņēmumu attīstību, būvmateriālu tirdzniecību. Neoliberalismam postsociālismā piemīt sava specifika: tas atbalsta uzņēmējdarbību kā procesu pašu par sevi un idealizē priekšstatu par ģimeni. Šādā neoliberalisma ietekmē pēdējā desmitgadē veidojušās arī jaunās apdzīvojamās teritorijas Pierīgā, Rīgas piepilsētā. Politiski maz tika domāts, cik atbildīgi ir iedzīvotāji, iesaistoties jaunajās patērēšanas praksēs. Postsociālisma patērētāji novērtēja jaunā kapitālistiskā tirgus attīstību kontekstā ar sociālisma veidotām gaidām, iekļaujot sociālistiskā patēriņa prakses elementus pašu izveidotā priekšstatā par Rietumu kapitālismu.

Privātmājas īstenojuma pētījumam promocijas darbā izmantota **modeļa pieeja**, jo praksi var analizēt arī kā simbolisku modeli, kurš apvieno dažādas prakses un ietver atsevišķas, bieži unikālas darbības vai vienkāršu patēriņu, kas reproducē praksi (Reckwitz 2002). Lielākā daļa ikdienas dzīves prakses nav norobežotas, bet integrētas cita citā (Halkier et al. 2011). Promocijas darba empīriskajā daļā pētīts parēriņa prakšu īstenojums, analizējot respondentu

privātu pieredzi, bet indivīdu pārliecības var izprast, izprotot viņus iespaidojošos apstākļus un pieredzes kā plašāku sociālo struktūru kontekstu, kura iespaidā indivīdi atrodas (Irwin 2008).



3.1. att. Privātmājas patēriņa praksi ietekmējoši faktori

Privātmājas patēriņa praksi postsociālisma piepilsētas zonā ietekmē vairāki vispārēji faktori un to savstarpējā mijiedarbība: māja kā *lieta* un tās patēriņa motivācija, sociālās stratifikācijas konteksts privātmājas patēriņā, ētikas un emociju aspekts patēriņā, priekšstats par piederību vietai, piepilsētas zonas kā prakses vides konteksts.

Māja kā patēriņa lieta kļūst par simbolu mūsdienīgumam, vidusšķiras statusam un pārticībai, uzskata Īans Vudvords (*Ian Woodward*), un veidojas kā personas “pieredzes noliktava”. Bieži konflikts rodas starp vēlmi ar mājas palīdzību paust indivīdu gaudi, statusu un vienlaikus saglabāt ērtu un patiesu mājas vidi (Woodward 2003). Kā cilvēki tiek galā ar šo pamata dilemmu, vaicā profesors Ī. Vudvords un, atsaucoties uz Bodrijāra teoriju par patērētāju psiholoģisko “trūkumu”, secina, ka mēs, protams, varam patērēt fiziski *lietas*,

tomēr patiesībā patērējam ideju par *lietu* (Woodward 2003). Sapņošana un fantazēšana ir svarīga, lai cilvēki definētu un veidotu priekšstatu par ideālu.

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 indivīdi iztēlojas kā Rietumeiropas vai ASV vidusmēra cilvēku 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.

Normalitātes sadursme ar joprojām eksistējošo *ne-normālo* postsociālisma vidi uzskatāmi parādās piepilsētu 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*. Heterotopija nozīmē telpas veidošanu neiederīgā kontekstā. Mišels Fuko novēroja, ka heterotopijas bieži rodas kā rezultāts mēģinājumam radīt vietu, kas ir absolūti citāda un ir pilnīgā kontrastā ar apkārtnējo vidi (Foucault 1967). Tādējādi ar jēdzienu *heterotopija* var raksturot postsociālistiskas vēlmes pēc mazās pasaules *normalitātes* izpausmes – moderna savrupmāja, bieži vien nesakārtotā, vietām pat sapostītā apkārtnējā vidē.

Mājas īpašums un sociālā stratifikācija saistībā ar dzīves telpu un vietu jau krietni sen darbojās ne tikai kā statusa marķieri, atzīmē Kristīna Fehērvāri (*Krisztina Fehérváry*), bet tie veido arī vidusšķiras kultūru. Ģimenes māja piepilsētā ne tikai definē nosacījumus piederībai jaunajam vidusslānim, bet ir arī instruments, lai veidotu un leģitimētu šo jaunradušos šķiru (Fehérváry 2002).

Piepilsētās zonas kā privātmājas patērēšanas vide ir būtisks faktors, kas ietekmē privātmājas īstenojuma praksi. Rietumu urbānās vides pētniecībā suburbanizāciju definē kā apdzīvotības decentralizācijas procesu, kas noris vidusšķiras ģimenēm, meklējot augstāku dzīves kvalitāti. Tomēr postsociālismā suburbanizācija nenoris saistībā ar turības pieaugumu, tāpat daudzviet postsociālisma piepilsētās nav vērojami nozīmīgi valsts kapitālieguldījumi piepilsētu infrastruktūrā. Pētniecībā tiek uzsvērts, ka dzīvesvieta nav sociālo attiecību ierobežots rezervāts, bet gan daudzu atšķirīgu sociālo procesu saskaņošanas vieta atšķirīgos līmeņos un atšķirīgos laika periodos (McDowell et al. 2006), turklāt tā ir nozīmīga cilvēka paškategorizācijā.

Emocijas un ētika arī ir faktors, kas būtiski ietekmē sociālās prakses. Katra sociālā prakse, tostarp arī patēriņa prakses, ietver noteiktu praksei specifisku emocionalitāti un, pēc Vitgenšteina uzskata, tā ir viena no dimensijām – teleoemocionalitāte (emocionāla un loģiska mērķtiecība) –, kas kopā ar praktiskuma izpratni un noteikumiem organizē un regulē praksi. Kolina Kembela uzskatā patēriņš ir radoša un hedoniska aktivitāte, kur galveno lomu spēlē iztēle un emocijas, un modernajam cilvēkam piemīt īpašas mentālas iemaņas šos sapņus radīt (Campbell 1987). Patērētāju kultūras teorētiķi uzsver, ka modernie tēli tiek iestrādāti unikālos patēriņa produktos, kur prieks ir galvenais princips. Tomēr darbība, nevis tikai vēlmes, ir patiesais patēriņa realizēšanas modelis. Patērētāji var aizstāvēt savu autonomiju, priekšstatot sevi kā galvenos varoņus un tādējādi veidot pamatu ticībai, ka ikviens patērētājs var uzņemties atbildību par savu unikalitāti caur patēriņu; tādēļ patēriņš iezīmējas kā postmodernās patērētāju kultūras ideoloģiskais balsts.

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 (Glaser & Strauss 1967). Sociālo un patēriņa prakšu īstenojumu var izziņāt, balstoties uz intervijām vai novērojumiem, tāpēc promocijas darba empīriskā pētījuma veikšanai izvēlēta **kvalitatīva metode**. 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 ar **jaukto izpētes metožu** pieeju.

4.1. Pamatotās teorijas pielietojums pētījumā

Pamatotās teorijas stratēģijas mudina uz ātrāku analītisko domāšanu un uztur pētnieku interaktīvās attiecībās ar datiem un topošo analīzi, uzskata Ketija Šarmasa (*Kathy Charmaz*), jo pamatotā teorija akcentē galvenokārt analīzes procesu un teorētiskas kategorijas, atstājot otrajā plānā interesi par pētījuma rezultātiem (Charmaz 2008). Pamatotās teorijas metode veicina spontānu (*emergent*) pētniecības tematu rašanos datu vākšanas un analīzes procesā un kalpo tādu jautājumu izpētei, kas paceļ augstākā līmenī izpratni par sociālo pasauli vai dažādiem tās aspektiem. Jaunas parādības sabiedrībā pieprasa lietot pētniecības metodes ar radošu pieeju datu analīzei, lai spētu šīs parādības uztvert un analizēt, uzskata S. Hese-Bibere un P. Līvija (Hesse-Biber & Leavy 2008: 4). 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). Šādu pieeju motivēja promocijas darba tēma par jaunām sociālajām un patēriņa

praksēm ikdienas dzīvē postsociālistiskā vidē un ar tām saistītie izaicinājumi. Individīdi kaut kā jauna rašanos definē un attēlo ar nozīmju un tēlu palīdzību, bet indivīdu valodas analīze ļauj dziļāk izprast patēriņa būtību, jo nozīmes un tēli ir būtiski patērētāju kultūrā. Tādējādi intervijās iegūto datu analīzes procesā spontāni radās jauni pētījuma temati, kas veicināja patēriņa dabas izpratni.

Pamatotās teorijas stratēģijas veicina dziļāku analīzi: salīdzinot datus, atklāt teorijas attīstību bremsējošus momentus datu kopā, un, bagātinot radušās idejas, veidot kategorijas uz datu analīzes pamata. Promocijas darba pētījuma gaitā apstiprinājās Strosa un Korbinas atziņas par spontāni parādījušos tematu un pētnieka personiskās pieredzes līdzvērtību pētījumā (Strauss & Corbin 1998), 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 secinājumus, piemēram, par piepilsētas jauno privātmāju iemītnieku it kā *zaļo domāšanu* saistībā ar apkārtējo vidi.

Daļēji strukturētās intervijas. Pētījumā datu ieguvei tika izvēlēta daļēji strukturētās intervijas forma, jo šāds intervijas veids palīdz virzīt respondentu dziļāk pētāmajā problēmā. Daļēji strukturētā intervija kā pētīšanas metode ļauj pētniekam vairāk 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 atziņa, ka indivīdu pieredze un iesaistīšanās patēriņa praksēs patiesāk izgaismo postsociālistiskas patērēšanas modeļus nekā tikai neolīberālas politikas ietekmes vērtējums.

Promocijas darba pētījuma 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, bet 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. Tā ir sfēra, kur “cilvēki no malas” parasti netiek ielaisti.

Attēlu analīze kā vizuālās pētniecības metode. 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.

Promocijas darba pētījuma lauka darbā daļa iegūto attēlu raksturo privātmājas kā patēriņa prakses *lietas*, atspoguļojot respondentu gaumi un *sapņu* mājas realizācijas 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, virtuve ir vieta, kur notiek *ēšanas rituāls*. Savukārt fotogrāfijas, kas atspoguļo Pierīgas 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 plāvās. Fotogrāfiju ieguve notika kontekstā ar *līdzdalīgo novērojumu*. Novērojuma mērķis ir

saprast respondentu rīcības un to jēgu. Piemēram, Pierīgā pļavās iebūvētie ciemi tautā iesaukti par *pļavu ciemiem*, kas būtībā ir tēlainas raksturojums, 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. Vizuālās pētniecības metodes pagaidām socioloģiskos pētījumos tiek lietotas maz, lai gan tās paplašina materiāla analīzes metožu klāstu, un, kas nav mazsvarīgi, prezentācijas iespējas (Kalniņa 2010).

4.2. Respondentu atlasē kritēriji un sociālās vides raksturojums

Latvijā kā piepilsēta klasisko urbāno teoriju izpratnē attīstījusies galvenokārt valsts galvaspilsētas suburbānā zona Pierīgā. Šajā pētījumā ar piepilsētu tiek saprasta bijušā Rīgas rajona² teritorija (3058 km²). Pierīga aptver 17 novadus (Ādaži, Babīte, Baldone, Carnikava, Garkalne, Inčukalns, Krimulda, Ķekava, Mālpils, Mārupe, Olaine, Ropaži, Salaspils, Saulkrasti, Sēja, Sigulda, Stopiņi), kuros dzīvo aptuveni 180 000 iedzīvotāju. Aktīva jaunu mājokļu būvniecība Pierīgā sākās ap 2000. gadu, kad strauji attīstījās zemes tirgus. Vietējās pašvaldības, izstrādājot novadu apbūves plānojumus, paredzēja nesamērīgi lielu jaunās būvniecības pieaugumu, bet būvniecības attīstītāji vadījās galvenokārt pēc tirgus pieprasījuma, būvējot arī bijušajās mežu un lauksaimniecības zemju platībās. Tā veidojās izkaisītas, daļēji apbūvētas teritorijas - *pļavu ciemi*, kam nav kopēja plānojuma un infrastruktūras. Pēdējos desmit gados iedzīvotāju skaits Pierīgā pieaudzis par 21 procentu. Uz dzīvi te pārcēlušies iedzīvotāji gan no galvaspilsētas, gan citiem valsts reģioniem. Iedzīvotāju pieplūdums noticis saistībā ar jaunu mājokļu būvniecību, ko, sākot

² Šī otrā līmeņa pašvaldība tika reorganizēta atbilstoši 2009. gada administratīvi teritoriālajai reformai.

no 2000. gada, veicinājuši viegli pieejamie mājokļu kredīti. Saskaņā ar LR Centrālās statistikas pārvaldes datiem, piemēram, 2007. gadā no visiem Latvijā kopā uzbūvētajiem mājokļiem 37% uzbūvēja Pierīgā.

Promocijas darba 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. 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. Šī kvantitatīvā pētījuma dati tika izmantoti arī promocijas darba kvalitatīvo datu dizaina papildinājumam.

Promocijas darba pētījuma mērķis ir analizēt privātmājas piepilsētā īstenojuma postsociālistiska patēriņa praksi un to ietekmējošos faktorus. Atbilstoši izvirzītajam mērķim tiek analizētas jaunā viduslāņa patēriņa prakses postsociālistismā, ko ietekmē *normalitātes* postsociālistiska izpratne, ar to saistītā patēriņa motivācija, emocijas un piepilsētas vides sociāli ekonomiskais aspekts.

Promocijas darba kvalitatīvā pētījuma daļai darba autore intervēja Pierīgas iedzīvotājus no 2011. gada maija līdz 2012. gada jūlijam, iegūstot 26 daļēji strukturētās intervijas. Sazinoties ar vietējo pašvaldību un uzrunājot iespējamus respondentus sociālajos tīklos, tika meklēti un pētījumā iekļauti 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 starpniecību. Hipotekārais kredīts bija nozīmīgs kritērijs, jo Pierīgas suburbanizācija veidojās galvenokārt saistībā ar viegli pieejamiem kredītiem, kas daudzām ģimenēm ekonomiskās

krīzes un bezdarba situācijā jūtami pasliktināja dzīves apstākļus. Respondentu izvēlē būtiski bija ietvert pēc iespējas daudzveidīgāku patēriņa prakšu pieredzi, ietverot maksimāli atšķirīgus gadījumus, jo praksi ietekmē dzimums, vecums, situācija ģimenē, izvēlēta dzīvesvieta, mājas īstenojuma apjoms, iepriekšējā pieredze nekustamā īpašuma apsaimniekošanā un ienākumi. Kā uzskata E. Vords (Warde 2005: 145), sociālās prakses ir iekšēji atšķirīgas, tāpat kā personas dažādās situācijās vienu un to pašu aktivitāti veic atšķirīgi. Tādēļ pētījumā tika iekļauta arī šobrīd Vācijas pilsētas Brēmenes piepilsētas Zīkes (Syke) pilsētiņā dzīvojoša respondente, kura pirms 20 gadiem pārcēlās uz Vāciju, iesaistījās privātmājas īstenojuma praksē, bet iepriekš viņas ģimenei bijusi privātmāja Pierīgā.

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. Bija būtiski panāk uzticēšanos starp respondentu un intervētāju, jo neveiksmīga patēriņa prakse vairākiem respondentiem rezultējās gan ar īpašuma pazaudēšanu, gan ģimenes iziršanu. Daļēji strukturēto interviju veidoja 35 pamatjautājumi. Intervijās respondenti tika izvaicāti par nekustamo īpašumu raksturojošiem datiem, uzsverot patēriņa apjomu un ietekmi uz ikdienas dzīvi. Katra saruna ilga apmēram 2,5 stundas. Visu intervēto personu vārdi pētījumā ir mainīti. Visas 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 pielikumā.

Pētījumā iesaistītas 15 mājsaimniecības, no kurām 7 mājsaimniecības pārstāvēja 1 respondents, bet 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 no 32 līdz 63 gadiem, pētījumā piedalījās arī divi jaunieši (17 un 19 gadus veci), kuri dzīvoja kopā ar vecākiem jaunajās privātmājās. Pamatotās teorijas pieeja neparedz iepriekš noteiktu izlases apjomu, jo respondentu skaitu ietekmē viņu atklātība un spēja komunicēt par pētījuma tematu. Intervētās personas ļoti pozitīvi atsaucās par iespēju piedalīties pētījumā un 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 teorētiskajā daļā uzsvērts, ka prakse veidojas kā saikne starp organizētām darbībām. Viens no šīs saiknes komponentiem ir *teleoemocionāla struktūra*, ko prakses teorijas pieejas adepti skaidro kā mērķtiecīgu rīcības hierarhiju, lai sasniegtu iecerēto prakses rezultātu. 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 analizē atklājās būtiska nekustamā īpašuma patēriņa kategorija – *Vide aiz mājas robežām*. Tādējādi, analizējot jau esošos datus, izvirzījās jaunas pētniecības tēmas, kas bija jānodrošina ar jauniem datiem, un pētījumā tika iekļautas arī intervijas ar sešiem vietējo pašvaldību deputātiem. Intervēta arī Rīgas plānošanas reģiona amatpersona ar nolūku objektīvāk atspoguļot vietējās varas lomu Pierīgas attīstībā, jo novadu attīstības plānojumi tapa sadarbībā ar Rīgas plānošanas reģionu.

4.3. Datu analīzes metodes

Datu kodēšana. Promocijas darbā, kā jau tas raksturīgi pamatotās teorijas pieejai, kodēšana tika uzsākta pētījuma sākumā. Turpinot datu papildināšanu un kodu pārbaudi saistībā ar iegūtajiem datiem, dati virzīja visu kodēšanas procesu. Tika izmantota jaukta kodēšana – daļa teksta kodēta pieejā „gadījums pēc gadījuma”, bet interviju teksta daļas, kurās respondenti bija emocionāli un personiski atklājuši savus pārdzīvojumus patēriņa praksēs, tika kodētas „rinda pēc rindas”, īpaši akcentējot tos respondentu izteikumus, kas raksturo jaunās patēriņa prakses. „Rinda pēc rindas” kodēšana virza pētnieku dziļāk parādībā, uzskata Šarmasa (Charmaz 2006).

Pirmie kodi saistījās ar mājas iegūšanas iespējām pēc sociālisma sabrukuma Latvijā un mājas izjūtas radīšanu. Tālāk jau iezīmējās māja kā emocionāla vēlme un kredīts kā apdraudējums. Kodēšanā tika iekļauts arī vizuālos datus aprakstošs teksts.

Kodēšanas procesa otrais līmenis saistījās ar kodēto datu atlasī. Stross un Korbina iesaka specifisku tehniku kodēšanas veikšanai trijās stadijās. Pirmajā kodēšanas stadijā identificē tekstu fragmentu raksturīgās īpašības un dimensijas, kas palīdz sakārtot kodus hierarhijā ar domu, ka visas būtiskās teksta daļas ir sakodētas un visi jautājumi atbildēti. Hierarhija palīdz analizē iekļaut lielu skaitu kodu un labāk parāda to attiecības (Strauss & Corbin 1998). Šajā pieejā pētnieks vāc datus kādas parādības izpētei, identificē kategorijas, kuras definē tikai pēc atkārtotas savākto datu caurskatīšanas un jaunu datu pārbaudes. Tiek veikta arī teorētiskā kodēšana, meklējot saistību starp kodiem. Pēc tam kategorijas formulē vispārīgākās kategorijās, kas spēj ietvert arī iepriekš iekļautās kategorijas (Kropļijs & Raščevska 2004). Otrajā stadijā, kā to raksturo Gleizers un Stross, notiek kategoriju piesātināšana. Kodēšanas trešajā stadijā nosaka vienu vai vairākas centrālās kategorijas.

Veicot promocijas darba pētījumā otrā līmeņa kodēšanu trijās stadijās, bija iespējams visu intervijās iegūto teksta materiālu pakāpeniski un mērķtiecīgi analizēt un izveidot teoriju saistībā ar pamatotās metodes pieeju. Sākotnēji kā centrālās kategorijas izēmējās divas kategorijas (*Privātmāja kā emocionāla un vitāla vajadzība* un *Mājas un ģimenes saistība*). Veicot kodu salīdzināšanu ar kodiem un tālāk kategoriju salīdzināšanu, kā arī teorētisku piesātināšanu, kā galvenā kategorija tika izvirzīta „*Normalitātes*” *izpratnes un atmiņu savijums – motivācija mājas īstenojumam*, kas pamatoja teoriju par patēriņa prakšu teleoemocionālo dimensiju. Teleoemocionalitāte, kas vada cilvēku aktivitāti, ir atkarīga 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.

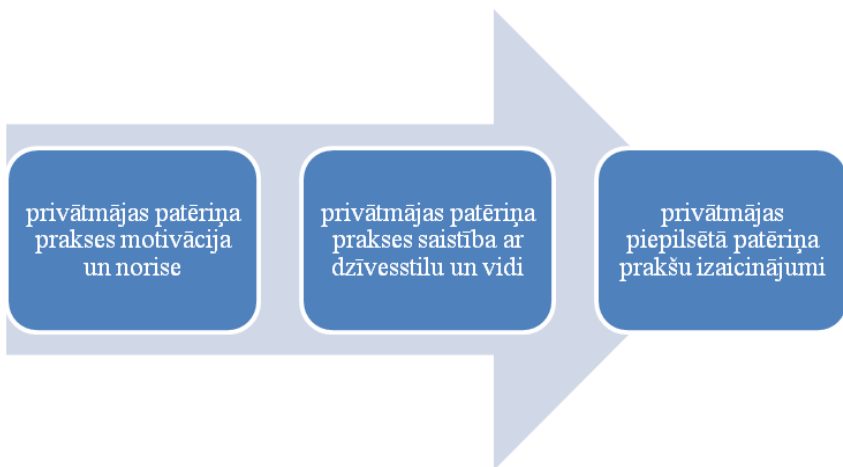
Jaukto pētniecības metožu pieeja. Jauktās pētniecības metodes tiek raksturotas kā modeļi datu ieguvei un analīzei, pētījumā savienojot kvantitatīvos un kvalitatīvos datus un tādējādi gūstot iespēju labāk izprast pētniecības problēmu (Plano Clark et al. 2008: 364). Metožu kombinācija pētniecībā var radīt pārliecinošāku 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. Promocijas darba pētījuma intervijās iegūtie dati par Pierīgas ekoloģiskās situācijas vērtējumu, par sadarbību ar vietējo varu bija atšķirīgi gan intervēto respondentu izteikumu salīdzinājumā, gan salīdzinājumā ar kvantitatīvajiem datiem. Tādējādi intervijas un aptaujas var nodrošināt atšķirīgu priekšstatu par cilvēku izpratni saistībā ar atsevišķiem notikumiem vai lietu stāvokli.

Promocijas darba empīriskajā daļā dažādu datu kopu integrēšanai un analīzei lietots *triangulācijas (triangulation)* modelis, kurš, apvienojot divas

atšķirīgas datu kopas, no kurām vienai ir papildinošs raksturs, ļauj dziļāk izprast pētījuma tēmu (Plano Clark et al. 2008: 372). *Triangulācija* ir jauktās pētniecības modelis, kurā kvantitatīvie un kvalitatīvie dati tiek iegūti vienā pētniecības procesa fāzē un tiek iekļauti kopējā datu interpretācijā (Plano Clark et al. 2008: 373). 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. Kvantitatīvie dati pētījumā ir kvalitatīvos datus papildinoši. Kopā ar intervijās iegūtajiem datiem kvalitatīvā pieejā kodēti arī fotogrāfiju tekstuāli apraksti. Kvalitatīvajiem un kvantitatīvajiem datiem ir līdzvērtīga pētnieciskā vērtība, un abas datu kopas saista kopīga tēma – apstākļi un dzīvesveids postsociālisma piepilsētā Pierīgā. Kvantitatīvie dati būtiski papildina pētījuma objekta, proti, – privātmājas patēriņa prakses – izpratni saistībā ar vietējo vidi. Promocijas darba pētījumā kvantitatīva pētījuma – telefonaptaujas – rezultāti kā papildinoša sastāvdaļa *iepludināti* kvalitatīvajā pētniecībā izvirzītajās kategorijās, lai papildinātu un tālākā pētījuma gaitā interpretētu visus datus.

5. PĀRSKATS PAR PRIVĀTMĀJAS PATĒRIŅA PRAKSES IZPĒTI TRĪS DIMENSIJĀS

Prakses pētniecības teorētiskā pieeja ierosina izpēti veikt vairākās dimensijās. Promocijas darba pētījumā privātmājas īstenojuma prakses pirmā dimensija saistās ar 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 mazu skaitu pārliecināti iesaistīto praksē, kā arī lielu skaitu nejaūšu prakses dalībnieku. Var vērtēt arī dažādu struktūru ietekmi.



5.1. att. Prakses pētīšanas trīs dimensijas (promocijas darba autore veidots modelis saskaņā ar D. Satertona pieeju (Southerton et al. 2012))

Saistot mājas patēriņa prakses trīs pētīšanas 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 dzīvi. Vairākas citas kategorijas, piemēram, Piepilsētas dzīvesstils, 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

Mūsdienu Rietumu izpratnē māja ir fiziska struktūra vai uzturēšanās vieta – celtnie, 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).

Normalitātes izpratnes un atmiņu savijums – motivācija mājas īstenojumam. Mājas funkcija realizējas sarežģītās un reizēm pretrunīgās sociālās un kultūras attiecībās ar citiem cilvēkiem, ar ģimeni, ar vietu, telpu un lietām, uzskata Šellija Maleta. Sociālistiskā patērēšana bija valsts attīstīti un uzspiesti publiski tikumi un privātās dzīves regulācija ļoti lielos apmēros (Patico & Caldwell 2002: 288). Līdz ar to mājas sfēra tika idealizēta kā autonoma vieta un patvērums no valsts uzbāzības un nomācošiem sociāliem, ekonomiskiem un politiskiem apstākļiem. Postpadomju patērētāju vēlmi dzīvot

savrupmājā precīzi raksturojis viens no promocijas darba pētījuma respondentiem.

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)

Sabiedrība un indivīdi nekad nav šķirti no savas pagātnes. 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 teleoemocionalitāte, kas ietver emocionālu un loģisku mērķtiecību un ir vajadzīga cilvēkiem, kuri realizē kādu konkrētu praksi. Atmiņas par vecāku vai vecvecāku mājām bieži veido priekšstatu par *sapņu māju*. Bet tikpat labi var būt vēlme tieši attālināties no pazīstamas, ar bērniību saistītas vides, ja tā nav bijusi mīļa un pasargājōša. Attiecības starp māju un atmiņām ir sarežģītas un izplūdušas, un mājas pieredzes un atmiņu nozīmība ir jāvērtē dažādos dzīves cikla posmos, dzimtas un ģimenes saistībā. Interviju teksta kodēšanā parādījās vairāki 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 dzīvesvietu 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.

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.

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

Robežas paplašinās arī privātmāju būvniecībā pielietoto materiālu izvēlē, jo īpašnieki priekšroku dod dabiskiem materiāliem, piemēram, kokam, akmens plāksnēm, niedru jumta klājumam pretstatā masveidā ražotiem materiāliem, kas tika izmantoti būvniecībā sociālisma apstākļos. Sabrūkot sociālismam, pārmaiņas būvmateriālu produkcijā radīja bezdibeni starp *jaunajos laikos* būvfirmu celtajām privātmājām un mājām, kuras to īpašnieki būvējuši pašu spēkiem. Sāka pieaugt mūrnieku, elektriķu, santehniķu darba cenas. Vairāki respondenti stāsta, ka paši nav gribējuši piedalīties mājas būvēšanas procesā un visu uzticējuši būvniecības firmām vai arī iegādājušies gatavu māju jaunās apbūves ciemā. Šādi privātmājas patērētāji bieži izvēlas jau gatavus māju modeļus, kuriem nav raksturīgs izsmalcināts stils vai kādas īpašas prasības mājas būvei.



5.2.–5.3. att. Jaunajam vidējam sociālajam slānim raksturīgu būvēšanas stilu privātmājas Pierīgā

Piepilsētas māju būvniecībai raksturīgas gan vairākstāvu, gan vienkārtā ēkas. Īpašniekiem ēkas ievietošanās apkārtējā ainavā ne vienmēr ir bijusi svarīga.

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. Marija stāsta, kā aizņēmas naudu un pamazām tuvojās izsaporotajai 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...

Mājas iegādes ideja bieži saistās ar jaunas ģimenes izveidošanos. Individū biogrāfijas 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 tuvu pensijas vecumam. Pētījumā intervēts respondents, kurš māju iegādājās, būdams tuvu pensijas vecumam, turklāt būdams “brīva juridiskā statusa vīrietis”, jo laulība šķirta.

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. (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. Vairāki respondenti uzsver, ka nekas tā nesatur kopā ģimeni, arī paplašinātu ģimeni, kā kopēja celtniecība, un nav labākas iespējas attīstīt dažādas tehniskas prasmes, kā pašiem konstruējot. Māju īpašnieki iemācās instalēt, labot elektroietais, apgūst santehniķa darbu.

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

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 emocijas un noskaņojumi, kas ne vienmēr ļauj kļūt veiksmīgiem konkrētā praksē.

Mājas vides veidošana. Definēt mājas būtību, fokusējoties uz praksi, nozīmē izprast, kā atšķirīgos veidos cilvēki veido un izjūt māju, nevis uzzināt to, ko viņi domā par māju (Ingold 2000). 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 iekārtošanu, apkopšanu), arī sezonālus (dārza darbus) un cikliskus notikumus (dažādus svētkus).

Jauno piepilsētas māju iekārtojumā stilu atšķirības iezīmē ģimenes iepriekšējā pieredzē balsīta vērtību un gaumes izpratne. Gados jaunāki īpašnieki savas mājas cenšas iekārtot moderni, izmantojot metālu, stiklu,

akmens flīžu grīdu ieklājumus, arī mēbeļu dizainam raksturīgākas funkcionālas un lakoniskas iezīmes. Vidējās paaudzes ģimenēs vērojama nostalgija pēc priekšmetiem ar vēsturi un atmiņām. 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, ērtu un piemērotu. Respondentu atbildes gandrīz precīzi var iedalīt divās pieejās mājas iekārtošanai paredzēto lietu iegādei: izteikta taupība un šaubas par izvēlēta pirkuma piemērotību vai arī augsta līmeņa patēriņa ieceres un to īstenojumi. Ģimenes locekļi ir saistīti ar kopīgām ikdienas dzīves patēriņa praksēm un parasti līdzīgi izprot *praktisko loģiku*. Teorētiski kādas *habitus* šķautnes rada *praktiskā jēgu*, tikmēr citas šķautnes tam pašam *habitus* nāk no citiem laukiem un var kļūt vadošas. Vairāki intervētie jauno privātmāju iemītnieki māju iekārtošanā lieto stratēģiju, kura esošos sadzīves priekšmetus apvieno ar dažiem ekskluzīviem priekšmetiem, atsaucoties uz kādu īpašu dzīves filozofiju. Patērētāji savas *vēlmes* apzīmē ar dažādām metaforām, un tādējādi parādās motivācija. Turklāt metaforas var attaisnot *vēlmes*, liekot tās uztvert kā *vajadzības*.

... *Patiktos dzīvot pilī. Gribas greznību, lielu telpu gribas, lai mani apkalpo, gribētos kalponi mājās, dārznieks, lai būtu.* (Marija stāsta, iespējams, ar zināmu humora piedevu)

Vēlmju fenomena lomas akcepts patēriņā būtiski atšķiras no loģiskas un utilitāras patērētāju uzvedības izpratnes. Šādas fantāzijas par sevi “kāds es varētu būt” motivācija ir pati par sevi patīkama vēlmju izjūta (“*gribētos kalponi mājās... labāk komandēt un izrīkot*”).

Objektiem mājas iekšpusē, ietverot stilu vai gaumi, vairāk ir publiska statusa loma, atzīst Vudvords. Tie kalpo ģimenes attiecību veidošanai vai arī pašcieņai. Daži respondenti atzinās, ka, pirmoreiz ierodoties kādā mājoklī, pavēro, ko pārējie iemītnieki – masu produkciju vai kaut ko vērtīgāku. Šādu

ievirzi izskaidro demonstratīvā patēriņa daba, kas mudina uz sacensību patēriņā.

5.2. Privātmājas piepilsētā patēriņa un dzīvesstila 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.

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

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)

Par dārza darbiem respondenti runā ar interesi, jo tā ir jauna pieredze – vērot, kā zaļo dažas dobītes. Neviena no intervijās iesaistītām ģimenēm pagaidām nedomā zemi izmantot, lai ražotu sev pārtiku. Dārziņi tiek kopti arī tādēļ, lai bērni iepazītu dabas procesus. Dārzu iekopšana un siltumnīcu būvēšana vairāk parādās kā jauna sociāla prakse, kas sagādā gandarījumu. Ikviens var gūt pašapmierinājumu un pašcieņu no kādas prakses, kurā viņš ir iesaistījies, un nav svarīgi, cik augstu vietu šī prakse ieņem prestiža hierarhijā (Warde 2005:148).

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

Māju teritorijās, kuru īpašniekiem mājas patēriņa prakse attīstās veiksmīgi, pamazām tiek iekopts zaļš mauriņš. Tur dārzkopības uzņēmumu speciālisti vai arī paši saimnieki stāda dekoratīvus augus un puķes, dažādi ierīkojuši strūklakas, dīķus. Piemājas dārzos tiek rīkoti saviesīgi pasākumi, veicinot sabiedrības viduslāņa komunikāciju.

Dzīve piepilsēta ienes arī virkni pārmaiņu dzīvesveidā saistībā ar piekļuvi pārtikas veikaliem, medicīnas pakalpojumiem, skolām un bērnudārzam. Tas prasa no ģimenes labāku dzīves organizēšanu un dienas gaitu saskaņošanu. Daudzi Pierīgas iedzīvotāji pārtiku pērk galvenokārt Rīgas lielveikalos. Būtisks pakalpojums, kas ietekmē dzīvi piepilsētā, ir medicīniskās palīdzības pieejamība. 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 tādējādi ir problemātiski saņemt vietējās domes nodrošinātus pakalpojumus. Telefonaptauja parāda, ka iespējas apmeklēt ģimenes ārstu visvairāk apmierina Siguldas novadā (73%) un Sējas novadā (71%) dzīvojošos, kur jaunā apbūve nav plaši izpletusies.

Tāpat bērnu nokļūšana skolā un bērnudārzā ir ļoti būtiska piepilsētas dzīvesveida sastāvdaļa.

Skola ir aptuveni 15 kilometrus, mēs vedam ar mašīnu. Kad paaugsies, tad pašiem droši vien būs mašīnas vai vecākais brālis aizvedīs. (Rolands)

Respondenti stāsta par individuālo pieredzi, kas atspoguļo paļaušanos pamatā uz pašu vai tuvinieku iespējām nogādāt bērnus skolās vai bērnudārzos.

Jauno privātmāju ģimeņu modeļi un dzimumsocialitāte. Rietumu ģimenes izpratnes kontekstā jaunā paaudze sasniedz vecumu, kad atstāj ģimenes māju. 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.

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)

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 (Mallett 2004: 74) tiek attīstīts, pastiprināti ietverot bērnu vajadzības: pārtika, aprūpe, izklaides (datorspēles, piepūšamās atrakcijas bērnu ballītēm u.tml.), patērēšana (rotaļu automašīnas un rotaļu mājas ar modernas sadzīves iekārtām).

Uzsverot mainījušos attieksmi saistībā ar bērniem un bērnu vajadzībām īpaši pielāgotu mājas vidi, aktuāla joprojām paliek diskusija par mājas un dzimumsocialitātes izpratni saistībā ar darbu, patēriņu, mājas telpu, māju kā īpašuma un statusa apliecinājumu. Kaut gan māja vīrietim ir statusa pamats, tomēr darbs un citas aktivitātes publiskajā telpā nodrošina vīrieti ar alternatīvām un nozīmīgām identitātēm. 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 uzsvērtā tieši vīrieša pasīvā loma. Šķiršanās situācijā veidojas cita ievirze mājas dzīves formulēšanā. Jāteic, ka

liela mēroga patēriņa prakses, ja tās balstās uz finanšu kredītiem, ir nopietns pārbaudījums ģimenes pastāvēšanai.

Piederība videi aiz mājas robežām. Māja neizbēgami ietver arī vietas piederības izjūtu. Jēdzieni *vietas izjūta* un *piesaiste vietai* tiek lietoti, lai raksturotu sarežģītas attiecības, kādas cilvēkiem veidojas ar vidi, un tajās bieži ir daudz spēcīgas emocionalitātes, kas ietekmē indivīdu vides uztveri, pieredzi un priekšstatus par vērtībām. 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 iespēji.

Ģ. Burgmanis un J. 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”. Pierīgas mājokļu teritorijas galvenokārt funkcionē kā “guļamrajoni”, kuros to iedzīvotāji ierodas vakarā un no rīta dodas atpakaļ uz darbu Rīgā vai citā tuvākajā pilsētā. Tādējādi cilvēkiem veidojas virspusēja saikne ar dzīvesvietas apkārtni vidi (Burgmanis & Šķilters 2011).

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*”. Savukārt telefonaptaujas dati apliecina Pierīgu kā ļoti iekārojamu dzīvesvietu, jo pārlicinošs vairākums aptaujāto Pierīgas iedzīvotāju ir apmierināti ar savu dzīvesvietu – vidēji 81% respondentu ieteiktu šeit dzīvot saviem draugiem. Kvantitatīvs pētījums vairāk apliecina vispārēju uzskatu par dzīvi Pierīgā, bet

kvalitatīvais pētījums atspoguļo respondentu personīgu pieredzi, ietverot arī personīgās grūtības un vilšanos. Kvalitatīvā pētījuma respondentu izteikumi par dzīvesvietā pieejamo sadzīves infrastruktūru liecina, ka piepilsētā daudzās jaunajās mājās nākas samierināties ar sadzīves ērtību trūkumu.

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, būvniecības projektu attīstītāju atbildība, kā arī mājas atrašanās vēsturisko ciemu robežās vai *pļavās* ir faktori, kas ietekmē infrastruktūru. Postsociālisma suburbānajās zonās daudzviet nav nozīmīgu valsts ieguldījumu infrastruktūrā (nav asfaltētu ielu, nav centralizēta ūdensvada un kanalizācijas).

Dzīvesvietā balstīta sadarbība. *Vieta* prasa no cilvēkiem apgūt sadzīvošanu citam ar citu, un to īstenot var, izmantojot noteiktas vides apdzīvošanas prakses, kas balstās uz paļaušanos un audzināšanu. Šādas partnerattiecības tiek sauktas par “dzīves vietā balstītu sadarbību” (Cheng et al. 2003: 87).

Promocijas darba pētījumā intervētie respondenti samērā līdzīgi izsakās par savām attiecībām ar kaimiņiem: neplēšamies, bet draudzību arī īpaši nemeklējam. Kaimiņu vērtējumā var saskatīt vairākas iezīmes: vispirms, vai kaimiņi ir 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.

Ciemos neejam. Tādā līmenī, lai barotu suni, kad esam prom, neielaižamies. Meklējam savus paziņas. Apkārtējie cilvēki ir mūsu līmeņa, bet kopīgas intelektuālas sarunas diez vai iznāktu. (Aleksis)

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

Promocijas darba autorei, apmeklējot Brēmenes piepilsētu Vācijā, 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 latvietē, 20 gadu laikā ir iedzīvojusies vietējā kopienā un pat aktīvi organizē vietējās 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, tāpat ir strēlnieku biedrība, dziedāšanas un teātra biedrība. Biedrības parasti dibina tad, ja kopienā rodas kāda problēma, un tur kopā apvienojas gan bagātie, gan nabagie. Kaimiņi Vācijas piepilsētās ir svarīgi. Apmēram četras reizes gadā kopā sanāk visa kopiena.

Lielākā daļa Pierīgā intervēto respondentu uzsvēra, ka dzīves vietā kopienas izjūtas nav, arī nejaušās sarunas ar kaimiņiem ir vispārīgas. Savu saistību ar dzīvesvietu kā vāju vērtējuši arī kvantitatīvajā pētījuma respondenti. Kādā vietēja 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

Vieta ir spēcīgs spēlētājs politiskajās spēlēs. Ja “dzīves vietā balstītā sadarbība” ir vāji izteikta, politiski lēmumi, iespējams, bieži netiek pieņemti iedzīvotāju vai konkrētas vietas interesēs.

Politikas ietekme piepilsētas zonu attīstībā. 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” (Goodwin et al. 1995; Kūle

2008: 11). Visi pētījumā iesaistītie 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.



5.4. att. Pļavu ciems Ādažos



5.5. att. Ainavas degradācija

5.4. un 5.5. 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. Daļa jauno savrupmāju ir nepabeigtas celtniecības stadijā, jo projekta attīstītājs, iespējams, ir bankrotējis.

Meža zemi transformē par apbūves zemi, īpašnieks sadala apbūves gabalos un zemi pārdod. Tikai zemi. Nauda ķešā, lai tur tālāk pats velns rīkojas. Tā arī notiek. Tad sākas būvniecība, viens būvē, otrs nē. Tad paliek kā ierakumi, tas vissliktākais, ka nebūvē visu kompleksā. (Siguldas deputāts)

Jauno māju būvniecība Pierīgā vairāk notikusi mazos klāsteros, bieži pļāvās saporcelētos 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. Jaunā privātmāja ar postmodernu dizainu un sadzīves tehnoloģijām šādā ciemā ir kā heterotopiska (sengrieķu val. *citāda vieta*) telpa postpadomju vidē. Vēlme pēc heterotopiskas telpas – pēc mazās pasaules *normalitātes* jaunā privātmājā – parādījās kā sociāliālistisks priekšstats, ka neparasti mērķi ir sasniedzami ar Rietumu standartiem.

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. (Inčukalna deputāts)

Ainava ir viena no visredzamākajiem un komunikatīvākajiem medijiem, caur kuru domas, idejas, sajūtas un izjūtas, kā arī vara un sociālā vide tiek prezentēta (Czepczyński 2010: 67). Uzņēmējdarbība Pierīgā ir atstājusi skaidri saskatāmas politikas vadlīnijas urbānajā ainavā un radījusi dzīvesvietu modeļus – privātmāju pudurus dārgā zemes privātīpašumā. Iespējams, ka neziņa par individuālo iespējamo rīcību brīva tirgus apstākļos un vēlmi patērēt, nelāva postsociālisma valstīm prognozēt un vadīt šo procesu.

Parāds – patērētāju kultūras pavadonis. Kāpēc cilvēki pirka mājas un gribēja dzīvot arī *pļavu ciemos* – vai tā bija vēlme piederēt vidējai šķīrai, kas sevi apliecina ar skaistu māju piepilsētā? Tika pārdoti vai iekļāti esošie īpašumi, ņemti kredīti. Mēs dzīvojam "parāda kultūrā" – gan publiskajā, gan privātajā sfērā, gan mikroekonomikas un arī makroekonomikas līmenī. Parādam jau sen vairs nav nievājošās pieskaņas, kāda tā bija vēl 19. gs. moralizējošajos romānos. Askētisms, racionalitāte un paškontrolē neiederas patērētāju kultūras priekšstatos par labu dzīvi.

Promocijas darba pētījumā iekļauto respondentu privātmājas īstenojuma prakse saistīta ar liela mēroga hipotekāro kredītu, kas ekonomiskas augšupejas apstākļos nav šķītis pārāk apgrūtināošs, 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. (Liene)

Promocijas darba pētījumā lielākā daļa iesaistīto respondentu uz jautājumu, vai lēmumu par kredīta ņemšanu ietekmēja vispārējs sabiedrības

viedoklis, atbildēja apstiprinoši. Kvalitatīvie dati apliecina vairākuma respondentu nespēju pašiem novērtēt ilgstoša kredīta izaicinājumus un apdraudējumus, jo dzīve sociālismā šādu pieredzi neļāva apgūt. Ja aizņēmumu nav iespējams atmaksāt un īpašums pazaudēts, parādos nonākušie spiesti dzīvot ekonomikas *pelēkajā* zonā. 2011. gada beigās Latvijā kopumā no mājsaimniecībām 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 apdzīvotas.

Mājas īstenojums – gandarījums/vilšanās patēriņa praksē. Sociālās un patēriņa prakses bieži bauda publisku uzmanību, un veiksmes gadījumos indivīdi to izjūt kā ārēju atzinību, bet prakses realizācija rada arī labu pašsajūtu un pašatzinību, atzīst E. Vords. Prakses veikuma novērtējumi nereti ietver respektu pret sasniegto rezultātu, un tas stimulē centienus turpināt prakses veikšanu, pat ja šķiet, ka tās realizācijas procesā varētu būt sarežģījumi. Pētījuma respondentu stāstījumi ietver atziņas par to, kā citi vērtējuši mājas īstenojumu. Nenoliedzama ir patērētāju vēlme būt apbrīnotiem par savu veikumu un tikt izceltiem citu, līdzīgu praksi veikušu indivīdu vidū.

Vienuzīmīgi 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... (Maira)

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). Patērētāju kultūra konstruē un vada indivīdu emocijas, lai palielinātu patēriņieciskuma potenciālu. Katrs patērētājs, protams, var uzņemties atbildību par paša spējām vadīt patēriņu. Egīla pieredzē ir īsti hedoniska patērēšana. (Egīla stāsts par dzīvi un mājas īstenojumu ierakstīts, sēžot

automašīnā, jo Egīls visus nekustamos īpašumus ir zaudējis un kopā ar sievu 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 divistabu dzīvoklis palika par šauru. 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! 150 m² rindu mājas Rumbulā. Tur aiz visiem autoplačiem. Kad ievācāties, tad uzzinājām, ka blakus ir rūpnīca, kas laiž putekļus, aiz 100 metriem – izgāztuve. To jau neviens neteica. (Egīls)

Tomēr pat neveiksmīga patēriņa prakse rada atkal jaunas cerības un patēriņa vēlmes, kā to apliecina arī viena no respondentēm: “Mēs tagad būtu gatavi sākt visu atkal no jauna.”

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.

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 sociālās prakses un dzīvesveids, un kādi faktori to ietekmē. Pētījums izgaismo arī indivīdu motivāciju un darbības mājas patēriņā, kas palīdz izprast prakšu īstenošanu 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 neoliberālas 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 fenomens, 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 cilvēku daudzveidīgās darbības. Prakses teorija, īpaši Šacka teorētiskajās nostādņēs, 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 praksi attīstību, un kā šajā procesā neapzināti mainās indivīds (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.Bārnss, tad izskatās kā individuāli neizmantotu vai pārprastu iespēju maskēšana (Barnes 2001: 30).

Arī patēriņa vispārējās prakses rodas vai izmainās kā reakcija uz procesiem, kuri stimulē vai ierobežo patērēšanu. Ikdienas dzīves patēriņš ir emociju ietekmēts fenomens, kura daba kļūst īpaši neprognozējama postsociālisma sabiedrībā. Tomēr gan ikdienas dzīves līmeņa *normalitātes* izpratne, gan atmiņas, ko veido bērnībā un jaunībā piedzīvotais, katram individuālam ir atšķirīgas, tāpat būtiska ir indivīdu kultūras un ekonomiskā kapitāla ietekme. Jau promocijas darba pētījuma sākuma stadijā veidojās atziņa, ka patērēšanas modeļus, protams, ietekmē valsts politika, bet dziļāk pamato indivīdu motivācija patērēt. Praktiskuma izpratne bieži ir opozīcijā cilvēku aktivitātēm, kas tiek izmantotas prakses veikšanā, un 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 neoliberalā 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 – privātmāju pudurus dārgā zemes privātīpašumā, 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 lielas ļaužu masas, 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 atriebību”, kā raksta Tisenkopfs, īstenojot privatizāciju, sadalot rūpnīcas, izvedot ražošanas līdzekļus uz pagrabiem un piemājas dārziem, un biznesu uztverot kā naudas ātru apriti.

Tomēr indivīdu interešu vai tieksmju nomainīšana 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 līdžās 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 fenomenī mijiedarbojās. Politika ne tikai disciplinē indivīdu, bet arī „ieraksta” indivīdā sociālus protestus (Skultans 1999). Pētījumā atklājas respondentu vājā interese par vīdi „aiz mājas robežām” – gan komunikācijā ar kaimiņiem, gan attieksmē pret apkārtējo vīdi, jo ainava vēl glabā sociālisma nospiedumus, bet kaimiņi, iespējams, nerada vēlmi pēc komunikācijas. Ierobežotās iespējas radīt sev tīkamu vīdi „aiz mājas robežām” veicina tādu kultūras un uzvedības modeļu apguvi, kuri uztur protestu un liek norobežoties.

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 cilvēkiem 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 skatpunktus” (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 piešķir 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 apbūves mājas daudzviet vislabāk raksturo jēdziens *heterotopija*. Heterotopijas rodas kā rezultāts mēģinājumam radīt vietu, kas ir citāda un ir pilnīgā kontrastā ar apkārtējo vidi (Foucault 1967). Privātmāja – heterotopija – veidojas kā protesta radīta kompensācija par sociālismā liegto privāto telpu, un tad apkārtesošā publiskā telpa ir samērā mazsvarīga.

Tomēr jaunās privātmājas piepilsētā postsociālisma valstīs vērtējamas 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 (Patico & Caldwell 2002: 287). Tāpēc būtisks ir jautājums, kā šīs iespējas ir ietekmējušas jaunā vidusslāņa identitātes veidošanos. 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 pagātni 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 uzsvērtā 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.

ZINĀTNISKĀS PUBLIKĀCIJAS PAR PROMOCIJAS DARBA TĒMU

1. Darbina G. (2014). Private house as a dream in post-socialist suburban milieu and its fulfillment. *Studies of Transition States and Societies* (Scopus, DOAJ, EBSCO, ProQuest, CEEOL, IPSA). Iesniegts publicēšanai.
2. Darbiņa G. & Lūse A. (2012). Development of suburbs relating post-socialistic consumption models: the case of Pierīga. *European Integration Studies: Research and Topicalities*. Pieejams: <http://www.eis.ktu.lt/index.php/EIS/index>, (EBSCO database).
3. Darbiņa G. (2012). Migrācija uz piepilsētu un sociālā statusa patēriņš. Grām.: *Sabiedrība un kultūra: rakstu krājums*, 14. Liepājas Universitāte.
4. Darbina G. (2010). Pierīga – the suburb of contradictory development. In: *Society. Health. Welfare: Proceedings. SHS Web of Conferences*. Rīga: Rīga Stradiņš University. (ISI and Scopus databases.)
5. Darbiņa G. (2011). Māja piepilsētā kā augšupejošas sociālās mobilitātes stratēģija un risks. Pierīgas situācija. Referāts Pasaules latviešu zinātnieku 3. kongresā, sekcija „Cilvēkdrošība Latvijā: lokālie, nacionālie un starptautiskie izaicinājumi”, 2011. Prezentācija ievietota Valsts pētniecība programmas interneta vietnē: www.nacionalaidentitate.lv/2011/10
6. Darbiņa G. (2011). Kopienas komunikācija globālās komunikācijas kontekstā. Grām.: *Sabiedrība un kultūra: rakstu krājums*, 14. Liepājas Universitāte.
7. Дарбиня Г. (2011). Коммуникация местного сообщества в контексте глобальной коммуникации. In: *Network society – network economy in Central and Eastern Europe: Proceedings*. The John Paul II Catholic University of Lublin, Poland.
8. Darbiņa G. (2011). Kopienas mediju loma kopienas komunikācijā. Grām.: *RSU Zinātniski raksti*. Rīga: RSU.
9. Darbiņa G. (2011). Talka kā pasākums un kopienas komunikācija. *Cilvēks un vide: 10. starptautiskās zinātniski metodiskās konferences „Cilvēks un vide” rakstu krājums*. Liepāja: Liepājas Universitāte.
10. Дарбиня Г. (2010). Роль СМИ сообщества в коммуникационном процессе сообщества. В кн.: *Наука в современном мире: Материалы I Международной научно-практической конференции (1 апреля 2010 г.): Сборник научных трудов*. Москва: Спутник.

11. Darbiņa G. & Millere J. (2010). Sociālā palīdzība pašvaldību komunikācijā ar sabiedrību. Grām.: *Psiholoģijas, biznesa un sabiedrības sociālās sfēras aktuālās problēmas: teorija un prakse*. 6. sēj., 1.d., Rīga: Baltijas Psiholoģijas un menedžmenta augstskola.

Publicētās tēzes

1. Family house as a dream in post-socialist suburban milieu. *Research Network of Sociology of Consumption, European Sociological Association, Midterm conference*. Porto, Portugal, 3-6 September 2014
2. Family house as a dream in post-socialist suburban milieu: consumer ideas about a good life and threats to their implementation. *SIEF (International Society for Ethnology and Folklore), 11th International Congress*, Tartu, 2013.
3. Privātmājas piepilsētā īstenojuma prakse saistībā ar apdraudošu patēriņu. Tēzes. *RSU 2013. gada zinātniskā konference*. Rīga, 2013.
4. Development of post-socialism suburb in relation to consumer patterns affected by neo-liberalism: the case of Latvia. *Consumption Research Network Interim Meeting 2012, European Sociological Association*, Berlin, 2012.
5. A house in the post-socialist suburb as a consumption of status at heterotopias. *23rd Conference of the Association for the Advancement of Baltic Studies (AABS)*, April 26–28, 2012, University of Illinois at Chicago.
6. Piepilsētas attīstība saistībā ar postsociālisma patēriņa modeļiem: Pierīga. Tēzes. *RSU 2012. gada zinātniskā konference*. Rīga, 2012.
7. Darbina G., Luse A. A suburban house as a gendered pattern of status consumption. The case of Pierīga. *Social Relations in Turbulent Times. Abstract Book, ESA 10th Conference*, Geneva, 2011.
8. Iekšējās migrācijas ietekme uz piepilsētu attīstību: Pierīgas gadījums. Tēzes. *RSU 2011. gada zinātniskā konference*. Rīga, 2011.
9. Vietējā kopiena kā sociālās drošības uzturētāja krīzes apstākļos. Tēzes. Starptautiska zinātniska konference „*Drošības nostiprināšana krīzes apstākļos: jauni izaicinājumi un netradicionālas pieejas*”, RSU, 2010.
10. Pašvaldību mediji kopienas mediju kontekstā. Tēzes. *RSU 2010. gada zinātniskā konference*. Rīga, 2010.

ZINĀTNISKĀS KONFERENCES, KURĀS PREZENTĒTI PĒTĪJUMA REZULTĀTI

1. Research Network of Sociology of Consumption, European Sociological Association, Midterm conference. Referāts "*Family house as a dream in post-socialist suburban milieu.*" Porto, Portugal, 3-6 September 2014
2. SIEF (International Society for Ethnology and Folklore) 11th International Congress. Referāts "*Family house as a dream in post-socialist suburban milieu: consumer ideas about a good life and threats to their implementation*", Tartu Universitāte, Igaunija, 2013, 30.VI-4.VII.
3. RSU 2013. gada zinātniskā konference. Referāts "*Privātmājas piepilsētā īstenojuma prakse saistībā ar apdraudošu patēriņu*". RSU, Rīga, 2013, 21.-22.III.
4. Consumption Research Network Interim Meeting 2012, ESA. Referāts "*Development of post-socialism suburb in relation to consumer patterns affected by neo-liberalism: the case of Latvia*". Berlīnes Tehniskā universitāte, Berlīne, Vācija, 2012, 5.-8.IX.
5. 10th International Scientific Conference "Political and Economical Challenges Stimulating Strategic Choices Towards Europe of Knowledge". Referāts "*Development of suburbs relating post-socialistic consumption models: the case of Pierīga*". Kauņas Tehniskās universitātes Eiropas institūts, Kauņa, Lietuva, 2012, 20.IV.
6. 23rd Conference of the Association for the Advancement of Baltic Studies (AABS). Referāts "*A house in the post-socialist suburb as a consumption of status at heterotopias*". Ilinoisas Universitāte, Čikāga, ASV, 2012, 26.-28.IV.
7. RSU 11. zinātniskā konference. Referāts „*Piepilsētas attīstība saistībā ar postsociālisma patēriņa modeļiem: Pierīga*”. Rīga, 2012, 29.-30.III.
8. The John Paul II Catholic University of Lublin XII international scientific conference Network society – network economy in Central and Eastern Europe. Referāts "*Коммуникация местного сообщества в контексте глобальной коммуникации*". The John Paul II Catholic University of Lublin, Institute of Sociology, Nalenčova, Polija, 2011, 16.-18.V.
9. Eiropas sociologu asociācijas konference ESA 10th Conference Social Relations in Turbulent Times. Stenda referāta prezentācija „*A suburban house as a gendered pattern of status consumption. The case of Pierīga*” (autore G. Darbiņa, A. Lūse). Ženēva, Šveice, 2011, 7.-10.IX.

10. Apvienotais pasaules latviešu zinātnieku kongress. Dalība kongresa darba grupā “Cilvēkdrošība Latvijā: lokālie, nacionālie un starptautiskie izaicinājumi”. Referāts „*Māja Pierīgā kā augšupejošas sociālās mobilitātes stratēģija un risks*”. Rīga, 2011, 24.–27..X.
11. Baltijas lasījumi: “Nacionālās skolas socioloģijā Baltijas valstīs: 1991.–2011. g.” Referāts „*Privātmāja postsociālisma piepilsētā kā heterotopias statusa patēriņam*”. Daugavpils Universitātes Sociālo pētījumu institūts, Daugavpils, 2011, 4.XI.
12. 3. Starptautiskā starpdisciplinārā zinātniskā konference “Sabiedrība, veselība, labklājība”. Referāts „*Pierīga – pretrunīgas attīstības piepilsēta*”. RSU Rehabilitācijas fakultāte un Sociālā darba katedra, Rīga, 2010, 11.–12.XI.
13. RSU 2010. gada zinātniskā konference. Stenda referāts „*Pašvaldību mediji kopienas mediju kontekstā*”. RSU, Rīga, 2010, 18.–19.III.
14. Starptautiska zinātniska konference „Drošības nostiprināšana krīzes apstākļos: jauni izaicinājumi un netradicionālas pieejas”. Referāts „*Vietējā kopiena kā sociālās drošības uzturētāja krīzes apstākļos*”. RSU, Rīga, 2010, 8.IV.
15. Starptautiska zinātniska konference „Sabiedrība un kultūra: haoss un harmonija”. Referāts „*Kopienas komunikācija globālās komunikācijas kontekstā*”. Liepājas Universitāte, Liepāja, 2010, 29.–30.IV.
16. 10. starptautiskā zinātniski metodiskā konference „Cilvēks un vide”. Referāts „*Talka kā kopienas pasākums un komunikācija*”. Liepājas Universitāte, Liepāja, 2010, 20.-21.V.
17. 9. Starptautiskā zinātniski metodiskā konference „Cilvēks un vide”. Referāts „*Sociālās kampaņas un kūlas dedzinātāji. Vienvirziena komunikācija*”. Liepājas Universitāte, Liepāja, 2009, 21.–22.V.

Dalība projektos

Dalība SKDS pētījumā „Attieksme pret dzīvi savā pašvaldībā: Rīgas rajona iedzīvotāju telefonaptauja”, 2009.

Darbiņa, G. (sast. un red.). *Idejas labākai dzīvei Pierīgā: populārzinātnisks izdevums*. Rīga: Rīgas rajona padome, 2009, 128 lpp.

IZMANTOTĀ LITERATŪRA

1. Burdjē P. (2004). *Praktiskā jēga*. Rīga: Omnia mea.
2. 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.).
3. Campbell C. (1987). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Blackwell.
4. Charmaz K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. London: Sage.
5. Charmaz K. (2008). Grounded theory as an emergent method. In: Hesse-Biber S. N., Laevy P. (eds.). *Handbook of Emergent Methods*. The Guilford Press, pp. 155–173.
6. 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.
7. Creed G. (1998). *Domesticating Revolution: From Socialist Reform to Ambivalent Transition in a Bulgarian Village*. University Park: Penn State University Press.
8. 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.
9. 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~\\$29](http://catalog.lib.utexas.edu/record=b2157942~$29) (skatīts 14.03.2012.).
10. Eglitis-Stukuls D. (2002). *Imagining the Nation: History, Modernity and Revolution in Latvia*. University Park, Pennsylvania: Pennsylvania State University Press
11. 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.
12. 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.

13. Foucault M. (1967). Of Other Spaces. Heterotopias. Pieejams: <http://foucault.info/documents/heteroTopia/foucault.hetero Topia.en.html> (skatīts 07.05.2011.).
14. Gidenss E. (1999). *Sabiedrības veidošanās*. Rīga: AGB.
15. Giles J. (2004). *The Parlour and the Suburb: Domestic Identities, Class, Femininity and Modernity*. Berg.
16. Glaser B. G., Strauss A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine de Gruyter.
17. 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.).
18. 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.
19. 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, pp. 3–13.
20. 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.
21. 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.).
22. 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.
23. Kroplijs A., Raščevska M. (2004). *Kvalitatīvās pētniecības metodes sociālajās zinātnēs*. Rīga: RaKa.
24. 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.

25. Lasmāne S. (2006). Labklājības mērķis ikdienas apkaimē. Grām.: Zelče V. (red.). *Patērniecība Latvijā: tendences un alternatīvas*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. Agora, 5.
26. Mallett S. (2004). Understanding home: a critical review of the literature. *The Sociological Review*, Vol. 52, Issue 1, pp. 62–89.
27. Paiders J. (2009). Krīzes cēlonis ir nevis budžeta deficīts, bet privātais patēriņš. Intervija ar R. Zīli. Pieejams: <http://www.ekonomika.lv/krizes-celonis-ir-nevis-budzeta-deficits-bet-privatais-paterins/> (skatīts 03.06.2013.).
28. 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.
29. Plano Clark V. 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.
30. Reckwitz A. (2002). Toward a theory of social practices. A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, Vol. 5, pp. 243–263.
31. Schatzki T. R. (1996). *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge: Cambridge University Press.
32. 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.
33. Schatzki T. R. (2001). Practice minded orders. In: Schatzki T., Knorr Cetina K. and von Savigny E. (eds.). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London: Routledge.
34. 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.).
35. 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
36. Skultans V. (2003) From damaged nerves to masked depression: inevitability and hope in Latvian psychiatric narratives. *Social Science&Medicine*, 56, 2421-2431

37. 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*, Vol. 12, No. 3, November, pp. 237–262.
38. Strauss A. L. and Corbin J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
39. Thompson C. J. (2011). Understanding consumption as political and moral practice: introduction to the special issue. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 11, No. 2, July, pp. 139–144.
40. Tisenkopfs T. (2007). *Uzburta vieta*. Rīga: Neputns.
41. 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
42. Tisenkopfs T. (2010a). Individīda atbildība: krīzes izaicinājums šodienas Latvijā. Grām.: *Socioloģija Latvijā*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 361.–378. lpp.
43. Tisenkopfs T. (2010b). Socioloģijas veidošanās un attīstība kopš 20. gs. 60. gadiem. Grām.: *Socioloģija Latvijā*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 14.–24. lpp.
44. Warde A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 5, No. 2, pp. 131–153.
45. Woodward I. (2003). Divergent narratives in the imagining of the home amongst middle-class consumers. *Journal of Sociology*, Vol. 39, No. 4, pp. 391–412.
46. Zelče V. (red.) (2006). *Patērniecība Latvijā: tendences un alternatīvas*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. Agora, 5.
47. Zemītis G. (1994). Latviešu rakstura iezīmes gadsimtu gaitā. *Kultūras Avīze*, 2 (14)
48. <http://www.media-anthropology.net/index.php/e-seminar>