



## **Eiropa valstu prakses situācijas izvērtējums**

Pieredzes un labās prakses piemēri, nodrošinot mērķtiecīgus atbalsta un tematiskos pasākumus sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanai

**par diskrimināciju uz seksuālās orientācijas pamata**

Rīga, 2022

## **SATURS**

<b><i>Kopsavilkums</i></b>	<b>3</b>
<b><i>Ievads</i></b>	<b>5</b>
<b><i>Situācija Latvijā</i></b>	<b>6</b>
<b><i>Īrija</i></b>	<b>8</b>
<b><i>Somija</i></b>	<b>10</b>
<b><i>Šveice</i></b>	<b>12</b>
<b><i>Polija</i></b>	<b>15</b>
<b><i>Čehija</i></b>	<b>17</b>
<b><i>Rekomendācijas</i></b>	<b>19</b>

## Kopsavilkums

Eiropa valstu prakses situācijas izvērtējamu par pieredzes un labās prakses piemēriem, nodrošinot mērķtiecīgus atbalsta un tematiskos pasākumus sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanai par diskrimināciju uz seksuālās orientācijas pamata, veica apskatot Īrijas, Somijas, Šveices, Polijas un Čehijas piemērus. Šajā izvērtējumā tika ņemtas vērā galvenās LGBT tiesību kampaņas, kas nesušas pārmaiņas sabiedrībā, izraisījušas pozitīvu sabiedrības rezonansi, kā arī aktualizējušas LGBT tematiku kopumā.

Valstis izvērtējumam tika izvēlētas mērķtiecīgi, balstoties uz to valstu pieredzi, atvērtības līmeni, kā arī pietuvinājumu Latvijas realitātei, kultūrtelpai un mentalitātei.

Šveice tika izvēlēta kā valsts ar izteikti konservatīvām vērtībām, kas nonākusi no sieviešu balsstiesību piešķiršanas tikai 1971. gadā līdz laulību vienlīdzības referendumam, kurā visi kantoni to atbalstīja. Īrija tika izvēlēta, jo tā bija pirmā valsts pasaulē, kas pieņēma laulību vienlīdzību referenduma ceļā, radot precedentu pasaulē par uz vērtībām balstītu kampaņu izstrādi tieši LGBT tiesību jomā. Somija tika izvēlēta, jo tai ir tuva ziemeļnieciska mentalitāte, vienlaikus ilgstošā procesā tā ir panākusi, ka LGBT simboli un ikonas ir kļuvušas par nacionālajiem kultūras lepnumiem. Vienlaikus arī tuvāk Centrāleiropai tika analizētas prakses no Čehijas un Polijas, kurās noris cīņa ar radikālismu, kā arī pozitīvas un unikālas iniciatīvas par vienlīdzību.

Kopumā izvērtējumā sniegta virkne rekomendāciju, bet vissvarīgāk minēt to, ka Eiropas labās prakses norāda, ka kampaņām jābūt **pozitīvām, emocionālām**, kā arī tām jāparāda LGBT kopiena kā **daļu no sabiedrības**, nevis atrauti. Aizvien nozīmīgāks atbalsts LGBT kopienai un cilvēktiesību attīstībai ir **uzņēmumu un darba devēju atbalsts**. Visas kampaņas ilgtermiņā pierāda, ka pozitīvas politiskās izmaiņas vienlaikus veicina iekļaujošāku sabiedrības attieksmi pret dažādām dažādības grupām.

A Review of the experience and good practice of European countries, providing targeted support and thematic measures for increasing public understanding and awareness of discrimination on the basis of sexual orientation, created by examining the examples of Ireland, Finland, Switzerland, Poland and the Czech Republic. The most impactful LGBT rights campaigns, that have brought social changes, created positive public resonance and brought LGBT issues as a whole to the forefront of public debate, were taken into consideration.

The countries were purposefully selected based on their experience, level of openness, as well as proximity to Latvia's reality, cultural space and mentality.

Switzerland was chosen as a country with strong conservative values, having gone from granting women the right to vote only in 1971 to a referendum on marriage equality in which all cantons supported it. Ireland was chosen because it was the first country in the world to adopt equal marriage legislation through a referendum, setting a global precedent for developing values-based campaigns specifically for LGBT rights. Finland was chosen due to its Nordic mentality, which is close to Latvian, and while it has required a lengthy process, it has made LGBT symbols and icons into objects of national cultural pride. At the same time, closer to Central Europe, practices from the Czech Republic and Poland were analyzed, showing both the fight against radicalism and positive and unique initiatives for equality.

Overall, the review provides a series of recommendations, but the most important one to be

mentioned is - European good practices indicate that campaigns should be positive, emotional, as well as showing the LGBT community as a part of society, not isolated from it. More and more important for the LGBT community and the development of human rights is the support of companies and employers. All campaigns demonstrate that, in the long run, positive political change simultaneously promotes a more inclusive public attitude towards diverse groups.

## levads

Eiropas valstu izvērtējumu, pieredzes un labās prakses piemērus, nodrošinot mērķtiecīgus atbalsta un tematiskos pasākumus sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanai par diskrimināciju uz seksuālās orientācijas pamata, veica LGBT un viņu draugu apvienība "Mozaīka", izvērtējot Latvijas un piecu citu valstu situācijas un prakses.

Latvijas situācijas izvērtējumam tika analizēti dati, kas sniedz ieskatu sabiedriskās domas attīstībā un apraksta labās prakses piemērus.

Valstis izvērtējumam tika izvēlētas, mērķtiecīgi balstoties uz pieredzi un atvērtības līmeni, kas pietuvināts Latvijas realitātei, kultūras un sociālai telpai un mentalitātei.

[Īrija tika izvēlēta, jo tā bija pirmā valsts pasaulē, kas pieņēma laulību vienlīdzību referenduma celā](#), radot precedentu par uz vērtībām balstītu kampaņu izstrādi tieši LGBT tiesību jomā. Īrija ir valsts ar izteikti konservatīvām un katolicisma saknēm, tomēr laika gaitā tā spējusi kļūt par vienu no iekļaujošākajām Eiropas valstīm. Īrijas pieredze sniedz ieskatu arī negatīvo "pret" kampaņu ietekmē.

Šveice tika izvēlēta kā valsts ar izteikti konservatīvām vērtībām, kas nonākusi no sieviešu [balsttiesību piešķiršanas tikai 1971. gadā](#)<sup>1</sup> līdz laulību vienlīdzības referendumam, kurā visi kantoni to atbalstīja. Šveice pēdējos gados ir piedzīvojusi trīs ar LGBT tiesībām saistītus referendumus. Visi referendumi ir bijuši ar pozitīvu iznākumu, tomēr vienlaikus tie ir pierādījuši, ka tā ne vienmēr ir cīņa par atzīšanu, jo ir daudzas balsis, kas vienlaikus cīnās arī par cilvēku tiesību ierobežošanu.

Somija tika izvēlēta, jo tai ir tuva ziemeļnieciska mentalitāte. Savā atvērtības attīstības procesā tā ir panākusi, ka LGBT simboli un ikonas ir kļuvušas par nacionālajiem kultūras leņķiem. Somija laika gaitā spējusi panākt lēnu un salīdzinoši mērenu ceļu uz ļoti atvērtu sabiedrību. Somija spēj lepoties ar LGBT kultūras cilvēkiem ne tikai vietējā līmenī, bet arī padarot tos par daļu no nacionālajiem simboliem starptautiskā līmenī un daļu no publiskās diplomātijas.

Tuvāk Latvijas vēsturiskajai pieredzei tika analizētas divas Centrāleiropas valstis – Čehija un Polija. [Čehija](#) bija pirmā bijušā komunistiskā bloka valsts, kas pieņēma partnerattiecību regulējumu, pašlaik aktīvi strādājot pie laulību vienlīdzības regulējuma. Tā savās kampaņās izmanto kā pazīstamas metodes, tā arī rada jaunus, neordinārus pasākumus, kas pievērš pozitīvu sabiedrības uzmanību LGBT tematikai.

Polijas pieredze tiek minēta kā viena no praksēm, kas parāda LGBT tiesību cīņas nozīmī valstī, kas starptautiski tiek atzīta kā valsts, kurā vērojams demokrātijas noriets. Polijas piemērs parāda arī uzņēmumu un organizāciju kopēju sadarbību LGBT mērķu sasniegšanai.

Izvērtējumā iekļautas arī rekomendācijas un secinājumi, kas jāņem vērā, analizējot visas valstu kampaņas un potenciālo to pārņemšanu Latvijā. Rekomendācijas ir sabalansētas starp tādām, kas prasa lielus resursus un nozīmīgus politiskus lēmumus, līdz tādām, ko iespējams iniciēt vietējā līmenī vai pat tikai sociālajos tīklos. Tomēr nozīmīgi ir nodrošināt ilgtermiņa kampaņas, lai cilvēkiem būtu iespēja gūt aizvien plašāku izpratni par LGBT jautājumiem.

---

1







Pirmajā Rīgas Praidā devās vien pāris desmiti cilvēku. Viens no lielākajiem pagrieziena punktiem LGBT kopienas redzamībā bija EuroPride, kas notika Rīgā 2015. gadā un pulcēja vairāk nekā 5000 cilvēku. Kā viens no katalizatoriem tiek uzskatīta kustība [“Kultūra dodas Praidā”](#), ko iniciēja portāls “Satori”, aicinot daudzus sabiedrībā zināmus cilvēkus pievienoties gājienam. Tagad Praidas kustība ir kļuvusi par neatņemamu Rīgas sastāvdaļu.



## Īrija

Īrija vēsturiski un ilgstoši tika uzskatīta par konservatīvu valsti, galvenokārt tāpēc, ka katolicisms ir tās dominējošā reliģija. Īrijā ir būtisks katoļu īpatsvars, un katoļu baznīca vēsturiski spēlējusi lielu lomu Īrijas iekšpolitikā. Saskaņā ar Īrijas Centrālās Statistikas pārvaldes tautas skaitīšanas datiem 1971. gadā Īrijā 93.9% iedzīvotāju bija katoļi. 1991. gadā katoļi bija 91.6% no Īrijas iedzīvotājiem. 2002. gadā 88.4% iedzīvotāju sevi identificējuši kā katoļu baznīcai piederīgus, bet 2016. gadā tā norādījuši vairs tikai 78.3% aptaujāto.<sup>8</sup>

Viens no skaidrojumiem Katoļu baznīcas atbalstītāju samazinājumam<sup>9</sup> var būt saistīts ar virkni ierosinātajām krimināllietām un Īrijas valdības izmeklēšanām<sup>10</sup> pret katoļu garīdzniekiem, kurās pierādīts, ka vairāki simti katoļi mācītāju desmitiem gadu garumā seksuāli izmantojuši bērnus. Kā viens no katalizatoriem šeit jāmin Kolms O'Gormans (Colm O'Gorman), kurš 1998. gadā vērsās tiesā pret Fērnas Romas katoļu diecēzes bīskapu un Dublinas pāvesta nunciju, cita starpā arī pret pāvestu Jāni Pāvilu II, kurš vēlāk pieprasīja diplomātisko imunitāti. 2003. gada aprīlī O'Gormanam tiesas ceļā tika piešķirta 300 000 eiro kompensācija.<sup>11</sup> Par šo procesu O'Gormans sarakstīja virkni atzinību guvušu grāmatu "Pāri ticības robežām: Priestera seksuāli izmantots. Savas baznīcas nodots. Stāsts par zēnu, kurš iesūdzēja tiesā Pāvestu."<sup>12</sup>

Lai arī katoļu baznīcas ietekme joprojām ir dominējoša, Īrija kļūst par vienu no iekļaujošākajām valstīm Eiropas Savienībā, īpaši attiecībā uz LGBT personām. Eurobarometra dati to skaidri parāda, jo apgalvojumam, ka viendzimuma laulībām būtu jābūt atļautām visā Eiropā, 2015. gadā<sup>13</sup> piekrita 80% (Latvijā 19%) aptaujāto īru un 2019. gadā<sup>14</sup> – 79% (Latvijā – 24%). Eiropas Savienībā vidēji šim apgalvojumam piekrita 61% 2015. gadā un 69% 2019. gadā.

2015. gada 22. maijā Īrijā noritēja referendums par viendzimuma laulību legalizāciju. Referendumā par viendzimuma laulību legalizāciju par nobalsoja 62.1% un pret nobalsoja 37.9%. Referendumā kopā piedalījās 1,949,725 cilvēki jeb 60.5% balsstiesīgo. Par laulību vienlīdzību nobalsoja visi Īrijas vēlēšanu apgabali (kopā 39), izņemot vienu.<sup>15</sup>

Būtiskākās organizācijas, kuras veidoja Yes Equality (Vienlīdzībai Jā) kampaņu, kuras mērķis bija panākt laulību vienlīdzību Īrijā, bija Gay and Lesbian Equality Network (Geju un Lesbiešu vienlīdzības tīkls) "GLEN", "Marriage Equality" (Laulību vienlīdzība) un Īrijas pilsonisko brīvību padome (Irish Council for Civil Liberties). Referenduma kampaņa aizsākās jau 2011. gadā, taču koalīcija formāli nostiprinājās 2015. gada februārī.

<sup>8</sup> Central Statistics Office, Ireland, Census of Population 2016 – Profile 8 Irish Travellers, Ethnicity and Religion <https://www.cso.ie/en/releasesandpublications/ep/p-cp8iter/p8iter/p8rrc/>

<sup>9</sup> Pope Francis versus Mary McAleese and Marie Collins: the 2018 papal visit to Ireland and the role of abuse in the decline of the Catholic Church <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13537903.2021.1978663>

<sup>10</sup> [http://childabusecommission.ie/?page\\_id=241](http://childabusecommission.ie/?page_id=241)

<sup>11</sup> Clerical sexual abuse victim gets €300,000 in compensation <https://www.irishexaminer.com/news/arid-10065546.html>

<sup>12</sup> Beyond Belief: Abused by his priest. Betrayed by his church. The story of the boy who sued the Pope, <https://www.hodder.co.uk/titles/colm-ogorman/beyond-belief/9780340925287/>

<sup>13</sup> Special Eurobarometer 437: Discrimination in the EU in 2015 <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d629b6d1-6d05-11e5-9317-01aa75ed71a1>

<sup>14</sup> Eurobarometer on the social acceptance of LGBTI people in the EU – 2019 [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ebs\\_493\\_data\\_fact\\_lgbti\\_eu\\_en-1.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ebs_493_data_fact_lgbti_eu_en-1.pdf)

<sup>15</sup> Referendum of 22 May 2015, 34th Amendment - Equal Marriage. Full results <https://electionsireland.org/results/referendum/refresult.cfm?ref=201534R>

Analizējot Yes Equality<sup>16</sup> kampaņu, iezīmējas vairākas būtiskas pazīmes. Kampaņa veidota ar skaidru stratēģiju<sup>17</sup>, kuras pamatā ir pozitīvs, emocionāli iesaistošs vēstījums. Kampaņa īpaši fokusējusies uz ģimenes vērtībām, uzsverot, ka tradicionāla vērtība ir saikne ar saviem tuvajiem. Īpaši emocionāli spēcīga bija iniciatīva [#RingYourGranny](#) jeb “Piezvani savai vecmāmiņai”, kurā cilvēki zvanīja saviem vecvecākiem, lai rosinātu viņus piedalīties referendumā un balsot par laulību vienlīdzību.



Būtiska daļa no kampaņas stratēģijas bija uzrunāt grupas, kuras iepriekš nebija uzrunātas šajā kontekstā, rosinot viņus iesaistīties (piemēram, vecāka gadagājuma cilvēkus), un meklēt tā saukto “movable-middle” jeb neitrālo sabiedrības daļu, kuru iespējams pārliecināt balsot par laulību vienlīdzību. Ņemot vērā, ka izpētes dati rādīja, ka plašākais “Nē” balsotāju skaits varētu būt vīrieši “vidējā vecumā”<sup>18</sup>, tad kampaņas stratēģija arī bija rast atbilstošākos risinājumus un rīkus, lai uzrunātu šo grupu. Tādējādi tika radīti līdzīgi tēli, lai uzrunātu viņus ar personīgiem stāstiem no viņu “vienaudzīem”, ar ko vīrieši sevi varētu asociēt, vienlaikus nezaudējot savu patriarhālo tēlu.

Referendums norisinājās 2015. gada 22.maijā. Tajā piedalījās 60,52% iedzīvotāju, no kuriem 62% balsoja PAR un 38% PRET, tādējādi Īrija kļuva par pirmo valsti pasaulē, kas nodrošināja laulību vienlīdzību visiem pāriem tautas nobalsošanas ceļā<sup>19</sup>.

---

<sup>16</sup> Ireland Says Yes: The Inside Story of How the Vote for Marriage Equality Was Won

<sup>17</sup> 5 lessons from the Irish marriage equality campaign <https://www.bond.org.uk/news/2018/08/5-lessons-from-the-irish-marriage-equality-campaign/>

<sup>18</sup> How the Yes was won: the inside story of the marriage referendum <https://www.irishtimes.com/life-and-style/people/how-the-yes-was-won-the-inside-story-of-the-marriage-referendum-1.2418302>

<sup>19</sup> Ireland becomes first country to legalise gay marriage by popular vote <https://www.theguardian.com/world/2015/may/23/gay-marriage-ireland-yes-vote>



Kā papildus pierādījums, ka pozitīvas pārmaiņas politikā un likumdošanā nes līdzī arī pozitīvu sabiedrības attieksmi, pierāda Trinitijas koledžas<sup>20</sup> pētījums par sabiedrības attieksmi pret LGBTI personām, kur 2016. gadā 87% uzskatīja, ka viendzimuma attiecības nav grēks un tikai 9% piekrita apgalvojumam, ka tas ir grēks.

Analizējot Īrijas kampaņu nozīmīgi ir arī pieminēt, ka, veidojot tautas nobalsošanas kampaņas, ir jāņem vērā arī potenciālā negatīvā pret kampaņu, kas var tikt vērsta pret LGBT kopienas. Kamēr pasaulē tiek pozitīvi vērtēta "Jā" kampaņa, tikmēr pētījums norādīja, ka pret laulību vienlīdzību vērstās Īrijas referendumu kampaņas reklāmas lielākajai daļai LGBTI cilvēku izraisīja dusmas un skumjas<sup>21</sup>. Uz jautājumu, vai viņi piekristu referendumu kampaņas procesam iet cauri vēlreiz, 30.5% atbildēja pozitīvi, 15% nebija droši un 54.5% atbildēja negatīvi<sup>22</sup>.

## Somija

Somija bieži tiek aplūkota atrauti no pārējām ziemeļvalstīm, īpaši tās tradīciju un valodu atšķirību dēļ. Bieži sabiedrībā mītošie stereotipi norāda, ka Somijas cilvēki ir noslēgti, klusi, iespējams, pat vairāk konservatīvi. Tomēr fakti parāda pretējo. Pēc Pasaules laimes indeksa Somija ierindojās kā laimīgākā valsts pasaulē<sup>23</sup>, un iekļaujoša sabiedrība ir būtiska šī sasnieguma sastāvdaļa.

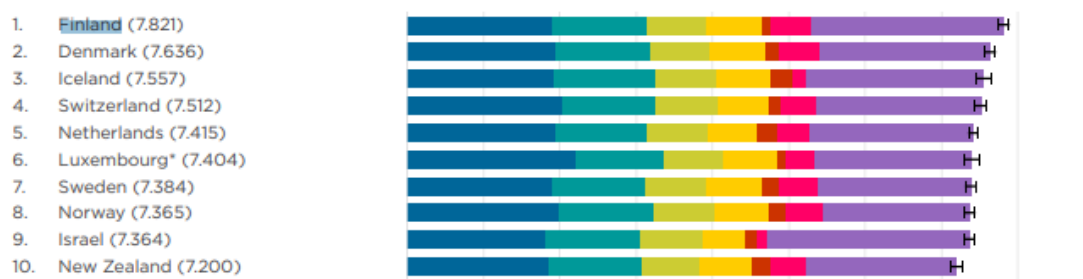
<sup>20</sup> The LGBTIreland Report: national study of the mental health and wellbeing of lesbian, gay, bisexual, transgender and intersex people in Ireland <https://www.belongto.org/wp-content/uploads/2018/05/LGBT-Ireland-Full-Reportpdf.pdf>

<sup>21</sup> Same-sex marriage: Irish campaign had negative effect on most LGBTI people <https://www.theguardian.com/australia-news/2016/oct/08/same-sex-marriage-irish-campaign-had-negative-effect-on-most-lgbti-people>

<sup>22</sup> "Swimming with sharks": the negative social and psychological impacts of Ireland's marriage equality referendum 'NO' campaign [https://vuir.vu.edu.au/31766/1/Negative%20Social%20and%20Psychological%20Impacts%20Ireland%20Dane%20Short%20Healy\\_compressed.pdf](https://vuir.vu.edu.au/31766/1/Negative%20Social%20and%20Psychological%20Impacts%20Ireland%20Dane%20Short%20Healy_compressed.pdf)

<sup>23</sup> World Happiness Report 2022, <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2022/WHR+22.pdf>

Figure 2.1: Ranking of happiness 2019-2021 (Part 1)



Somijas ceļš līdz iekļaujošai valstij bija garš, tādēļ to var dēvēt par “lēnu un klusu” progresu, kas ildzis no 1960tajiem gadiem, kad tika dibināta pirmā nacionālā LGBT organizācija SETA. 1980. gadā par tās vadītāju kļuva vēlāk jau Somijas prezidente Tarja Halonen<sup>24</sup>.

Iekļaujoša sabiedrība Somijā veidojās lēni, nemanāmi, bet fundamentāli. Partnerattiecību regulējums Somijā tika pieņemts jau 2001. gadā (laulību vienlīdzība stājās spēkā 2017. gadā). Sabiedrības neiecietību pret neiecietību īpaši parādīja tas, ka pēc 2010. gada 12.oktobra Somijas sabiedriskās televīzijas diskusijas, kur luterāņu baznīcas pārstāvis pauda negatīvu viedokli par LGBT cilvēkiem, Somijas luterāņu baznīcu oficiāli pamet 30'000 cilvēku.<sup>25</sup> Somijā pastāv baznīcas nodoklis, kas ir saistīts ar piederību baznīcai, savukārt nodoklis ir būtisks ienākumu avots baznīcai.

Eiropas kontekstā Somijas tiesiskais regulējums LGBT tiesību jomā atrodas 12. vietā ar 60% tiesību loka. Vienlaikus arī sabiedrības attieksme progresē un to parāda arī Eurobarometra dati. 2015. gadā<sup>26</sup> Eurobarometrs parādīja, ka 74% (Latvijā 42%) aptaujāto Somijas iedzīvotāju uzskata, ka LGBTI cilvēkiem jābūt tādām pašām tiesībām kā heteroseksuāliem cilvēkiem, savukārt 2019. gadā<sup>27</sup> tā uzskatīja 80% (Latvijā 49%) aptaujāto Somijas iedzīvotāju. Salīdzinoši, Eiropas Savienībā vidēji 2015. gadā tā uzskatīja 71% aptaujāto, savukārt 2019. gadā - 76%. Apgalvojumam, ka viendzimuma laulībām būtu jābūt atļautām visā Eiropā, 2015. gadā piekrita 66% (Latvijā vien 19%) aptaujāto Somijas iedzīvotāju un 2019. gadā – 76% (Latvijā - 24%).

<sup>24</sup> Tarja Halonen and gay rights <https://www.mv.helsinki.fi/home/eisakso/tarja.html>

<sup>25</sup> Thousands resign from Church of Finland

<https://www.churchtimes.co.uk/articles/2010/29-october/news/uk/thousands-resign-from-church-of-finland>

<sup>26</sup> Special Eurobarometer 437: Discrimination in the EU in 2015 <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d629b6d1-6d05-11e5-9317-01aa75ed71a1>

<sup>27</sup> Eurobarometer on the social acceptance of LGBTI people in the EU – 2019

[https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ebs\\_493\\_data\\_fact\\_lgbti\\_eu\\_en-1.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ebs_493_data_fact_lgbti_eu_en-1.pdf)



Sabiedrības iekļaujošai attieksmei pret LGBT cilvēkiem būtiska nozīme ir politiķiem un arī personīgiem piemēriem, ko politiķi sniedz. Viens no pozitīvajiem piemēriem ir jau minētā bijusī Somijas prezidente Tarja Halonen, vēlāk 2011. gadā Somijas parlamentā tika ievēlēts pirmais tumšādainais politiķis, gejs un vietuļais tēvs Jani Toivola<sup>28</sup>. Savukārt, pašlaik redzamākais pozitīvais piemērs sabiedrībai ir esošā Somijas premjerministre Sanna Marin, kas augusi viendzimuma jeb [“varavīksnes ģimenē”](#).<sup>29</sup>



Somijas sabiedrības pieņemošā attieksme pret LGBT varētu tikt arī skaidrota arī ar vairāku kultūras ikonu sasaisti ar LGBT kopienu. Diviem<sup>30</sup> no nozīmīgākajiem Somijas kultūras kanoniem ir tieša saikne ar LGBT kopienu – rakstniece un māksliniece Tūve Jansone un mākslinieks Tom of Finland.

Tūve Jansone ir plašāk pazīstama kā Muminu autore. Savās atziņās Tūve minēja, ka "Nedomāju, ka esmu pilnībā lesbiete, man ir ļoti skaidra sajūta, ka tā nevarētu būt neviena

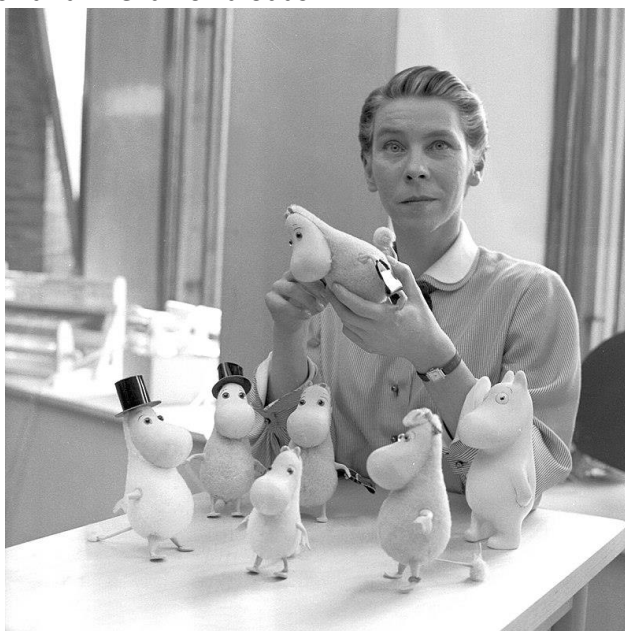
---

<sup>28</sup> From pop-star to politician: How a gay single dad became the first black member of Finnish parliament <https://www.voguescandinavia.com/articles/jani-toivola-video-vogue-scandinavia>

<sup>29</sup> Sanna Marin: Meet the world's youngest prime minister and daughter of a 'rainbow family' <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/sanna-marin-family-finland-prime-minister-age-born-parents-same-sex-a9240796.html>

<sup>30</sup> Finnish Independence: When Tove met Tom <https://www.varsity.co.uk/arts/14132>

cita sieviete kā Vi, un manas attiecības ar vīriešiem nav mainījušās."<sup>31</sup> Viņas mūža dzīvesbiedrei Tuulikki Pietilä bieži ir bijusi arī nozīmīga loma Muminu grāmatās, kā minēja Tūve: "Es pati neesmu neviens no tēliem, bet man ir jautāts, kurš Muminu tēls es gribētu būt. Protams, Susuriņš – kurš gan cits! Jo viņš ir brīvs, pilnīgi neatkarīgs, dara to, kas viņam patīk, nedomājot, kādu iespaidu atstās uz citiem. Viņš ir mazliet neveikls un meklē jaunus ceļus, pa kuriem staigāt. Patiesībā Susuriņam ainavas patīk labāk nekā cilvēki, un viņš pret saviem draugiem ne vienmēr ir jauks, taču draugi Susuriņam vienmēr piedod – viņam ir viegli piedot. Mumins Susuriņu ļoti ciena." Fakts par Tūves Jansones seksuālo orientāciju bija plaši zināms visā Somijas sabiedrībā. Somi spēja identificēties ar tēliem un rakstnieces dzīvi, un par vienu no pazīstamākajiem Somijas vēstniekiem ir kļuvuši tieši Mumimi, kas ir nozīmīga somu pašu un Somijas tūrisma un diplomātijas sastāvdaļa – pastmarkas, ikdienas preces, Muminzeme, grāmatas, kas tulkotas vairāk nekā 70 valodās.



Otrs pazīstamākais LGBT kopienas somu mākslinieks ir Tom of Finland, kurš ilgstoši bijis ārkārtīgi provokatīvs savas īpaši erotiskās un pat pornogrāfiskā rakstura grafikas dēļ. 2011. gadā, kad Turku kļuva par Eiropas kultūras galvaspilsētu, Tom of Finland bija iekļauts vienā no izstādēm, kas izrādījās viens no populārākajiem kultūras programmas pasākumiem. Tom of Finland atpazīstamība auga un piesaistīja aizvien lielāku tūristu skaitu. Tādējādi Tom of Finland kļuva par simbolu somu slēptajai seksualitātei. Somijas simtgadei tika radīta īpaša Tom of Finland pastmarka, kas tika izpirkta, vienlaikus simtgades ietvaros tapa divas Tom of Finland filmas un sadarbībā ar Tom of Finland Fondu šis zīmols ir jau attīstījies līdz parfīmam, degvīnam un pat nacionālā Somijas tekstilražotāja Finlayson gultasveļas komplektiem.

Šādi Somija ir padarījusi ārkārtīgi būtiskus LGBT simbolus par somu ikdienas sastāvdaļu vai notikusi simbolu normalizācija, kas tiek svinēts savā īpašajā somu veidā – lēni, klusi un atvērti.

---

<sup>31</sup> Tove & Tooti – the love story of a century – Queer themes in Tove Jansson's life and work, part 3 <https://www.moomin.com/en/blog/going-over-to-the-ghost-side-queer-themes-in-tove-janssons-life-and-work-part-3/#9474ccfe>



## Šveice

Lai arī Šveice atrodas Eiropas sirdī un bieži var tikt uzskatīta par liberālu valsti, tomēr vēsturiski Šveice ir bijusi diezgan konservatīva. Šveicē sievietēm tika piešķirtas balsstiesības referendumu ceļā 1971.gada 7.februārī<sup>32</sup> (7 kantonos tiesības tika piešķirtas vēlāk). Pēdējais kantons Appenzell Innerrhoden sievietēm piešķīra balsstiesības tikai Konstitucionālās tiesas sprieduma ceļā 1990. gadā<sup>33</sup>. Tiešu korelāciju starp mūsdienu argumentiem pret LGBT tiesībām un sieviešu balsstiesību atzīšanu parāda virkne pētījumu<sup>34</sup>, īpaši balstot tos argumentos, ka tās nav nepieciešamas (sievietēm jau ir ietekme uz saviem vīriem); ja sievieti ievēlēs, kas rūpēsies par bērniem, ka balsošana nāks par sliktu pašām sievietēm, iznīcinās tradicionālās dzimuma lomas utt.

Šveicē referendumiem ir vēsturiski nozīmīga loma demokrātijas stiprināšanā<sup>35</sup>. Pēdējos 10 gados ir norisinājušies trīs referendumi par LGBT kopienai būtiskiem jautājumiem. 2021. gadā norisinājās būtiskākais referendums par laulību vienlīdzības atzīšanu.

Šveices sabiedrības attieksmes progresu pret LGBT kopienu un laulību vienlīdzību ilustrē skaidri statistikas mērījumi. GFS Zurich<sup>36</sup> un PinkCross veiktajos pētījumos par sabiedrības attieksmi pret laulību vienlīdzību 2019. gadā apstiprinoši atbildēja 63% (Eiobarometrs Latvijā – 24%) aptaujāto, savukārt 2020. gadā laulības vienlīdzības atbalstītāju skaits pieauga līdz 67%. Vienlaikus Equaldex<sup>37</sup> dati parāda, ka ļoti neliels skaits aptaujāto min, ka nevēlētos dzīvot kaimiņos ar LGBT cilvēkiem. Uz jautājumu “Vai jūs varētu nosaukt tās grupas, kuras jūs nevēlētos redzēt dzīvojam sev kaimiņos?” no 2017. līdz 2020. gadam tikai 6,1% piemin homoseksuālus cilvēkus, pretstatā 92,6% respondentiem, kas to nepiemin.

Pirmā referenduma kampaņa bija kampaņa pret tā saucamo “Trojas zirga” [kampanu](#), kas aiz cīņas par nodokļu sabalansēšanu starp laulātiem pāriem un nelaulātajiem slēpa homofobiskas likumdošanas izmaiņas. Šveicē laulātajiem ir jāmaksā lielāks nodoklis, un vienlaikus ar tā labošanu tika iesniegts papildinājums, ka “laulība ir savienība tikai starp vīrieti un sievieti.”

---

<sup>32</sup> Women's suffrage in Switzerland: 100 years of struggle <https://www.parlament.ch/en/über-das-parlament/political-women/conquest-of-equal-rights/women-suffrage>

<sup>33</sup> The long road to women's suffrage in Switzerland <https://www.swissinfo.ch/eng/the-long-road-to-women-s-suffrage-in-switzerland/46353984>

<sup>34</sup> Swiss Women's Suffrage Debated: Two Examples [https://scholarsarchive.byu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1515&context=sahs\\_review](https://scholarsarchive.byu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1515&context=sahs_review)

<sup>35</sup> Referendums in Switzerland [https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137314703\\_4](https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137314703_4)

<sup>36</sup> Sondage téléphonique omnibus au sujet du mariage civil pour toutes et tous, de l'adoption et de la procréation médicalement assistée (PMA) (2019 & 2020) [https://www.pinkcross.ch/unser-einsatz/politik/ehe-fuer-alle/fr/grafiken\\_omnibuscatiherbst2020\\_pinkcross-fr.pdf](https://www.pinkcross.ch/unser-einsatz/politik/ehe-fuer-alle/fr/grafiken_omnibuscatiherbst2020_pinkcross-fr.pdf)

<sup>37</sup> LGBT Rights in Switzerland <https://www.equaldex.com/region/switzerland>





Šo kampaņu par LGBT tiesībām sarežģīja fakts, ka cilvēki bija jāaicina balsot PRET kopumā pozitīvu iniciatīvu, kuras ietvaros tika paslēptas pret LGBT vērstas izmaiņas. Kampaņas pamatā tika izmantoti emocionāli stāsti, plakāti, kas ataino visas ģimenes kā vienkāršus ikdienas šveiciešus.<sup>38</sup>

Referendumā “Par pāri un par ģimeni – Nē sodam par laulību”<sup>39</sup> 2016. gada 28.februārī PRET (par labu LGBT kopienai) nobalsoja 50,8% un PAR 49,2%. “Trojas zirga” iniciatīva par LGBT kopienu tiesību ierobežošanu nebija izdevusies.

Otrā referendumā kampaņa bija par “Diskriminācijas un naida kurināšanas seksuālās orientācijas dēļ”<sup>40</sup> aizliegumu. Kampaņas pamatā bija ieviest iniciatīvu, kas sodītu diskriminējošas un naida izpausmes. Šveice bija viena no dažām Eiropas valstīm, kur šāds aizliegums nepastāvēja. Pret šo iniciatīvu iestājās labējās partijas, tādēļ 2020. gada 9. februārī norisinājās [referendums](#). Referendums guva nozīmīgu uzvaru<sup>41</sup> ar 63,1% PAR un 36,9% PRET (5 kantoni balsoja pret). Referenduma kampaņa izpelnījās starptautisku uzmanību, jo šī bija pirmā kampaņa Šveicē, kur aktīvi iesaistījās uzņēmumi, kā piemēru minot, ka CocaCola iegādājās 2020. gada 28.janvāra Šveices lielākā laikraksta “20min”<sup>42</sup> pirmās lappuses, publicējot CocaCola oficiālo [manifestu](#)<sup>43</sup>.

<sup>38</sup> Gemeinsam weiter: LGBTQ-Kampagne gegen Heiratsstrafe-Initiative <https://feinheit.ch/projekte/lgbt-kampagne-gegen-heiratsstrafe-initiative/>

<sup>39</sup> Tax break for married couples rejected [https://www.swissinfo.ch/eng/politics/february-28-vote\\_gender-terms-could-sink-bid-for-tax-equality/41984688](https://www.swissinfo.ch/eng/politics/february-28-vote_gender-terms-could-sink-bid-for-tax-equality/41984688)

<sup>40</sup> Switzerland votes to ban homophobic discrimination <https://www.dw.com/en/switzerland-votes-to-ban-homophobic-discrimination/a-52309821>

<sup>41</sup> Breiter Konsens mit klassischem Röstigraben <https://www.srf.ch/news/schweiz/abstimmungen-oberrubrik/abstimmungen/anti-diskriminierungs-gesetz/ja-zur-anti-diskriminierung-breiter-konsens-mit-klassischem-roestigraben>

<sup>42</sup> Coca-Cola buys covers of all of Switzerland’s newspapers in a defiant display of solidarity with queer people <https://www.pinknews.co.uk/2020/02/04/coca-cola-switzerland-newspapers-20-minutes-die-weltwoch-anti-discrimination-ballot/>

<sup>43</sup> Coca-Cola Schweiz bekennt Farbe für eine bunte und diskriminierungsfreie Schweiz <https://de.coca-cola.ch/verantwortung/gesellschaft/equality-manifesto>



Trešais, pats nozīmīgākais referendums bija “Ehe Für Alle – laulību vienlīdzība”<sup>44</sup>. Pats referendums guva ārkārtīgi plašu rezonansi visā Šveicē. Īpaši sarežģītus kampaņas apstākļus veidoja COVID19 ierobežojumi, bet tas turpināja jau iepriekš ieviestās taktikas. Referenduma rezultāts arī apstiprina tēzi, ka pozitīvas iniciatīvas tikai veicina sabiedrības atvērtību. Kampaņas pamatā bija jau ierastā taktika radīt pozitīvus un iekļaujošus video, kas veicina pozitīvas un pieņemošas sajūtas.<sup>45</sup>

Kampaņā iesaistījās 14 organizācijas<sup>46</sup>, kas bija gan LGBT kopienas, gan atbalstītāju organizācijas, gan dažādas politiskās un sabiedriskās organizācijas.

Kampaņas finansēšanai tika piesaistīts rekordliels brīvprātīgo skaits – 3000 cilvēki, kas aktīvi iesaistījās kampaņas mikrofinansēšanā. Visā Šveicē plīvoja vairāk nekā 60 000 varavīksnes karogi, kas ir ļoti tipisks solidaritātes simbols.

Arī šī [kampaņa](#) pierāda tēzi, ka efektīva stratēģija<sup>47</sup> ir nozīmīgs uz vērtībām balstīts kampaņu pamats.



<sup>44</sup> Ehe für alle! <https://www.ehefueralle.ch>

<sup>45</sup> Ehe für alle Kampagne video <https://nicibeutler.com/ehe-fur-alle-kampagne>

<sup>46</sup> Diese Parteien, Organisationen und Gemeinden unterstützen uns bei der Ehe für alle! <https://www.ehefueralle.ch/unterstuetzung/parteien-und-organisationen/>

<sup>47</sup> Ehe für alle campaign celebrates a historic win for marriage equality in Switzerland [https://nationbuilder.com/ehe\\_fur\\_alle](https://nationbuilder.com/ehe_fur_alle)

“Ehe Für Alle – laulību vienlīdzība” referendums<sup>48</sup> norisinājās 2021. gada 26. septembrī. 64,1% šveiciešu balsoja PAR un 35,9% PRET. Salīdzinājumā ar referendumu, kas sniedza citas vēsturiskas pārmaiņas Šveicē – piešķīra balsstiesības sievietēm, 2021. gada referendumā par laulību vienlīdzību PAR nobalsoja visi kantoni.

Viens no veiksmes pamatiem kampaņai bija arī uzņēmumu iesaiste, kas savukārt nostiprināja savas vērtības kā starp darbiniekiem, tā klientiem. Viena no redzamākajām kampaņām bija [IKEA](#), kas vides reklāmās, sociālajos tīklos un TV reklāmās izmantoja atpazīstamus IKEA simbolus – mīkstās rotaļlietas, lai stāstītu pozitīvus stāstus par mīlestību. Šī kampaņa arī pierādīja, ka pozitīvas kampaņas un atpazīstami simboli spēj uzrunāt plašāku publiku.



Līdzīgi kā Īrijā, arī Šveice pieredzēja lielu PRET kampaņu, kas īpaši tika izvērsta Šveices reģionos. Jāņem vērā, ka šādas kampaņas ļoti būtiski ietekmē LGBT kopienu, jo jau fakts, ka sabiedrībai tiek lūgts balsot par pamata cilvēktiesību jautājumiem, bieži ir sāpīgs cilvēkiem, uz kuriem šīs tiesības attiecas. Traumatiski ir pieredzēt organizētas kampaņas, kas tiešā veidā vērsas pret LGBT kopienu, cilvēktiesībām, brīžiem pat demonizējot konkrētu cilvēku grupu un nošķirot to no pārējās sabiedrības.

<sup>48</sup> Änderung vom 18.12.2020 des Schweizerischen Zivilgesetzbuches (Ehe für alle) <https://www.bk.admin.ch/ch/d/pore/va/20210926/can647.html>

## Polija

Polija ir viena no homofobiskākajām valstīm Eiropas Savienībā. Starptautiski tiek atzīts, ka demokrātija Polijā ir apdraudēta. Pēc ILGA-Europe varavīksnes kartes novērtējuma Polija ir pēdējā vietā Eiropas Savienībā ar 13% tiesību loka, vai 44. vietā no 49 Eiropas valstīm. Likumdošanas stagnācijas pamatā ir valsts oficiālā pozīcija, kas ir vērsta pret LGBT tiesībām, brīžiem pat ar mēģinājumiem šīs tiesības vēl vairāk ierobežot.

Jāatzīst, ka sabiedrības attieksmei Polijā ir pozitīva tendence, un to parāda arī Eurobarometra dati. 2015. gadā<sup>49</sup> Eurobarometrs parādīja, ka 37% (Latvijā 42%) aptaujāto Polijas iedzīvotāju uzskatīja, ka LGBT cilvēkiem jābūt tādām pašām tiesībām kā heteroseksuāliem cilvēkiem, savukārt 2019. gadā<sup>50</sup> tā uzskatīja 45% (Latvijā 49%) aptaujāto Polijas iedzīvotāju. Salīdzinoši, Eiropas Savienībā vidēji 2015. gadā tā uzskatīja 71% aptaujāto, un 2019. gadā - 76%. Turpretim apgalvojumam, ka viendzimuma laulībām būtu jābūt atļautām visā Eiropā, 2015. gadā piekrita 28% (Latvijā vien 19%) aptaujāto Polijas iedzīvotāju un 2019. gadā – 45% (Latvijā - 24%). Līdzīgu tendenci parāda pētījuma centra IPSOS dati, vienlaikus tas parāda negatīvu tendenci, ka, ierobežojot kādas grupas tiesības, atbalsts šai grupai sabiedrībā samazinās. 2021. gadā uz IPSOS<sup>51</sup> uzdotajiem jautājumiem “Viendzimuma pāriem jāpiešķir noteiktas tiesības reģistrēt savas attiecības, bet ne laulāties” – jā atbildēja 38%, savukārt “Viendzimuma pāriem jāpiešķir tiesības legāli laulāties” – tikai 29%.



Vairākus gadus milzīga varavīksnes skulptūra Varšavā [izraisīja naidu](#) LGTB tiesību pretiniekos - lai arī tā simbolizēja tautu draudzību, tā septiņas reizes tika nodedzināta un pārbūvēta. Visbeidzot 2018. gada jūnijā starptautiskais saldējuma zīmols Ben & Jerry's<sup>52</sup> to atjaunoja kā [hologrammu](#), izmantojot tikai ūdeni un gaismu, padarot varavīksni nesalaužamu. Kampanja sasniedza 47 miljonus sociālo mediju skatījumu, nonāca pasaules lielāko mediju uzmanībā, kā

<sup>49</sup> Special Eurobarometer 437: Discrimination in the EU in 2015 <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d629b6d1-6d05-11e5-9317-01aa75ed71a1>

<sup>50</sup> Eurobarometer on the social acceptance of LGBTI people in the EU – 2019 [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ebs\\_493\\_data\\_fact\\_lgbti\\_eu\\_en-1.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ebs_493_data_fact_lgbti_eu_en-1.pdf)

<sup>51</sup> LGBT+ Pride 2021 Global Survey points to a generation gap around gender identity and sexual attraction <https://www.ipsos.com/en/lgbt-pride-2021-global-survey-points-generation-gap-around-gender-identity-and-sexual-attraction>

<sup>52</sup> How Warsaw is Celebrating Pride In A Big, Bright Way <https://www.benjerry.co.uk/whats-new/global-content/celebrating-warsaw-pride>

arī ieguva virkni balvu<sup>53</sup>. Stratēģijas pamatā bija paredzēts notikums LGBT kopienas atbalstītājiem, kā arī Varšavas iedzīvotājiem, kuriem pietrūka vecās varavīksnes instalācijas. Kampanjas mērķis bija palielināt izpratni par laulību vienlīdzību, komunikācijai izmantojot sociālos medijus un sabiedriskās attiecības. Tika aicināt i piedalīties viedokļu līderi, politiķi un mākslinieki, kas atbalsta LGBT kopienu. Neskatoties uz lielo iesaistīto cilvēku skaitu, pasākums tika turēts noslēpumā gandrīz līdz pēdējam brīdim, cenšoties izvairīties no nacionālā līmeņa diskusiju negatīvās ietekmes.



2019. gada sākumā vairākas policijas pašvaldības sevi deklarēja kā “no LGBT brīvas zonas”. “No LGBT brīvās” zonas”<sup>54</sup>. Pret šo [iniciatīvu](#) asi vērsās daudzas valstis, starptautiskas organizācijas, tai skaitā Eiropas Parlaments, ar balsojumu nosodot šādu iniciatīvu<sup>55</sup>. Savukārt Eiropas Komisija uzskatīja, ka Polijas iestāžu reakcija attiecībā uz tā saukto "LGBT ideoloģijas brīvo zonu" rezolūciju, ko pieņēma vairāki Polijas reģioni un pašvaldības, raksturu un ietekmi bija neatbilstoša. Komisija uzsāka pārkāpuma procedūru pret Poliju saistībā ar vienlīdzību un pamattiesību aizsardzību saskaņā ar Līguma par Eiropas Savienību 2. pantu<sup>56</sup>.



<sup>53</sup> Eurobest Awards 2018 PR Category Bronze

<https://www2.eurobest.com/winners/2018/pr/entry.cfm?entryid=1097&award=4>

<sup>54</sup> Atlas nienawiści (Atlas of Hate <https://atlasnienawisci.pl/>)

<sup>55</sup> Parliament strongly condemns “LGBTI-free zones” <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20191212IPR68923/parliament-strongly-condemns-lgbti-free-zones-in-poland>

<sup>56</sup> EU founding values: Commission starts legal action against Hungary and Poland for violations of fundamental rights of LGBTIQ people [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_21\\_3668](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_3668)

Desmitiem tūkstošu Twitter lietotāju pauda atbalstu LGBT tiesībām Polijā #jestemLGBT<sup>57</sup> kampaņas ietvaros, tās mērķis bija cīnīties pret diskrimināciju un homofobiju valstī, kurā valdošā partija ir izteikti sociāli konservatīva. Kampaņu #jestemLGBT (Es esmu LGBT) uzsāka paši Twitter lietotāji. Šī kampaņa norādīja, ka noteiktu kampaņu ietvaros nepieciešams iesaistīt sociālo tīklu lietotājus, dodot tiem izpausmes brīvību, nekontrolējot saturu. Vienlaikus LGBT tēmas aktualitāti sabiedrībā arī nodrošina pazīstamu, atklātu politiķu redzamība. Viens no piemēriem ir Roberts Biedrons, kurš kļuvis ārkārtīgi atpazīstams visā Polijā. Sākotnēji savas LGBT atvērības gaitas uzsāka, līdzdibinot nacionālo LGBT organizāciju KPH, vēlāk bijis arī Starptautiskās LGBT organizācijas ILGA-Europe valdes loceklis. 2011. gadā Roberts Biedrons tika ievēlēts par Polijas Sejma deputātu, un jau 2014. gadā tika ievēlēts par Slupskas pilsētas mēru<sup>58</sup>, kas ir pilsēta ar nedaudz vairāk kā 80 000 iedzīvotājiem. Roberta Biedrona popularitāte ir stabila, to pierāda tas, ka 2019. gadā viņš tika ievēlēts par Eiropas Parlamenta deputātu, bet 2020. gadā viņš kandidēja Polijas prezidenta vēlēšanās, savācot 2,2% (432 129 balsis no 19 483 760)<sup>59</sup>, kļūstot par pirmo atklāto LGBT cilvēku, kas kandidē uz Polijas prezidenta amatu, un iekļūstot 6. vietā.



<sup>57</sup> "Polish 'I am LGBT' campaign attracts tens of thousands of Twitter supporters" <https://www.reuters.com/article/us-poland-lgbt-idUSKCN1UQ1X1>

<sup>58</sup> Poland elects first gay mayor <https://www.dw.com/en/biedron-wins-in-slupsk-becomes-first-gay-poland-mayor/a-18104097>

<sup>59</sup> ElectionGuide: Democracy Assistance and Election News <https://www.electionguide.org/elections/id/3337/>

## Čehija

Čehija vēsturiski ir bijusi viena no progresīvākajām bijušā komunistiskā bloka valstīm. Partnerattiecību regulējums viendzimuma pāriem Čehijā tika pieņemts jau 2006. gadā.

Eiropas kontekstā Čehijas tiesiskais regulējums LGBT tiesību jomā atrodas 32. vietā ar 26% tiesību loka. Sabiedrības attieksmes situācija regresē, ko var skaidrot ar ārkārtīgi pro-krievisku valsts vadību, to parāda arī Eiroparometra dati. 2015. gadā<sup>60</sup> Eiroparometrs parādīja, ka 62% (Latvijā 42%) aptaujāto Čehijas iedzīvotāju uzskata, ka LGBT cilvēkiem jābūt tādām pašām tiesībām kā heteroseksuāliem cilvēkiem, savukārt 2019. gadā<sup>61</sup> tā uzskatīja 57% (Latvijā 49%) aptaujāto Čehijas iedzīvotāju. Salīdzinoši, Eiropas Savienībā vidēji 2015. gadā tā uzskatīja 71% aptaujāto, savukārt 2019. gadā - 76%. Apgalvojumam, ka viendzimuma laulībām būtu jābūt atļautām visā Eiropā, 2015. gadā piekrita 58% (Latvijā vien 19%) aptaujāto Čehijas iedzīvotāju, bet 2019. gadā vien 48% (Latvijā - 24%).

2017. gada pavasarī Čehijā tika uzsākta laulību vienlīdzības kampaņa [Jsme Fer](#)<sup>62</sup> (We're fair). Kampaņas vadmotīvs, līdzīgi kā Īrijas un Šveices kampaņām, bija uz vērtībām balstīta kampaņa, un tās vienojošā vērtība, kas Čehijas tautā ir nostiprinājusies jau kopš cīņas ar komunistisko varu, bija taisnīgums. Kampaņas pamatā bija arī plašas koalīcijas izveide ar dažādām organizācijām, kā LGBT kopienas organizācijām, tā arī plašāku organizāciju tīklu<sup>63</sup>. Kā jau arī tiešsaistes lapās minēts, kampaņa, līdzīgi kā citas kampaņas, galvenokārt bija balstīta uz ziedojumiem vai uz mikroziedojumu pamata.



Kampaņa savā pamatā skaidroja, kāpēc ir pareizi atbalstīt laulību vienlīdzību, tai pašā laikā skaidrojot, cik netaisnīgā situācijā pašlaik atrodas viendzimuma pāri Čehijā<sup>64</sup>. Materiālos tiek izmantota pozitīva valoda, piemēram, kā pirmais un nozīmīgākais iemesls, kāpēc atbalstīt laulību vienlīdzību, ir "Mīlestība pati par sevi ir simbols".

<sup>60</sup> Special Eurobarometer 437: Discrimination in the EU in 2015 <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d629b6d1-6d05-11e5-9317-01aa75ed71a1>

<sup>61</sup> Eurobarometer on the social acceptance of LGBTI people in the EU – 2019 [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ebs\\_493\\_data\\_fact\\_lgbti\\_eu\\_en-1.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ebs_493_data_fact_lgbti_eu_en-1.pdf)

<sup>62</sup> Jsme Fer tiešsaistes lapa <https://www.jsmefer.cz>

<sup>63</sup> Jsme Fer tiešsaistes lapa [https://www.fairmarriage.org/#about\\_us](https://www.fairmarriage.org/#about_us)

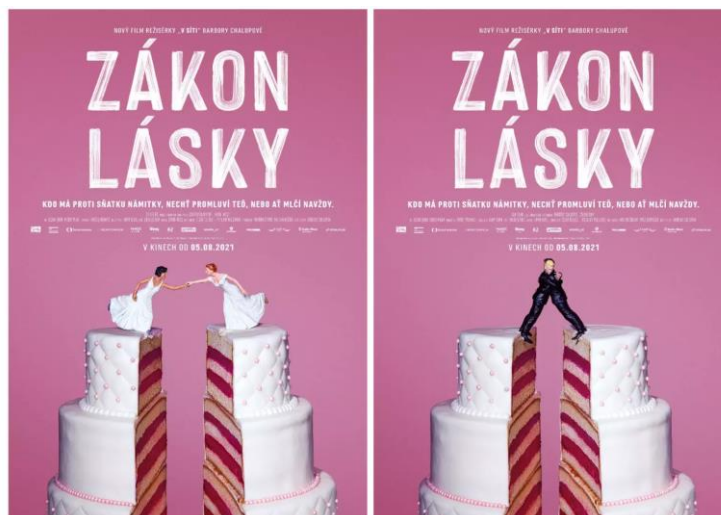
<sup>64</sup> Jsme Fer buklets čehu valodā

[https://assets.nationbuilder.com/themes/58f3c55578b8e25d5e00000/attachments/original/1613568910/Br\\_ozura\\_Proc\\_je\\_manzelstvi\\_pro\\_vsechny\\_dulezite\\_2020.pdf?1613568910](https://assets.nationbuilder.com/themes/58f3c55578b8e25d5e00000/attachments/original/1613568910/Br_ozura_Proc_je_manzelstvi_pro_vsechny_dulezite_2020.pdf?1613568910)

Savukārt 2017. gada 1. decembrī tika uzsākta parakstu vākšanas iniciatīva, kuras mērķis bija gada laikā savākt 50 000 iedzīvotāju parakstu laulību vienlīdzības atbalstam. Līdz 2018. gada maija beigām tā savāca jau 68 000<sup>65</sup> parakstu, savukārt līdz šim brīdim tā jau ir savākusi 165 700 (80 500 papīra formā) parakstus<sup>66</sup>. Viens no kampaņas un parakstu vākšanas faktoriem bija, ka parakstu vākšana nenoritēja tikai lielajās pilsētās, bet arī reģionos, tādējādi sasniedzot arī, iespējams, iepriekš nesasniegtas grupas<sup>67</sup>.

Lai nodrošinātu tēmas aktualitāti, tika izmantotas arī neordināras metodes. 2018. gada 1. maijā norisinājās "Jsme fer" iniciatīvas veidots pasākums ar mērķi izcept Čehijas lielāko kāzu torti<sup>68</sup>. Torti 36 stundas gatavoja septiņi konditori. Kopā ar visām kūkas figūriņām tās garums bija 212 centimetri, tā svēra 228 kilogramus<sup>69</sup> 126,5 kg bija biskvīts, 67,5 kg bija krēms un 2,9kg svēra figūriņas. Torte vēlāk nonāca Čehijas rekordu grāmatā<sup>70</sup>.

2021. gadā tika radīta īpaši kampaņai veltīta jauna traģikomiska dokumentālā filma "[Mīlestības likums](#)"<sup>71</sup>, kas atainoja laulību vienlīdzības kampaņas, kā arī norādīja uz to, ka valsts nav pietiekami atvērta un LGBTQ+ kopienai draudzīga, īpaši, kad ir runa par laulību vienlīdzību.



<sup>65</sup> Petici za možnost manželství také pro gaye a lesby podepsalo téměř 70 tisíc Čechů <https://www.hatefree.cz/clanky/petice-68k>

<sup>66</sup> Podepište prosím online petici na podporu manželství pro všechny páry <https://www.jsmefer.cz/onlinepetice>

<sup>67</sup> Prague Pride: Equal Marriage <https://www.praguepride.cz/en/negotiation/equal-marriage>

<sup>68</sup> 1. máj, férové lásky čas... <https://www.facebook.com/jsmefer/videos/751793641678799/>

<sup>69</sup> GALERIE: Takhle vypadá největší svatební dort v ČR! Vážil 230 kilogramů <https://www.frekvence1.cz/zpravy/galerie-takhle-vypada-nejvetsi-cesky-dort-vazil-230-kilogramu.shtml>

<sup>70</sup> Největší svatební dort <https://www.dobryden.cz/rekordy/jidlo-piti/nejvetsi-svatebni-dort/>

<sup>71</sup> The Law of Love: a "tragicomic documentary road movie" about legalising Czech same-sex marriages <https://english.radio.cz/law-love-a-tragicomic-documentary-road-movie-about-legalising-czech-same-sex-8725089>



## Rekomendācijas

- 1. Pozitīvas izmaiņas politikas dokumentos un likumdošanā veicina pozitīvas izmaiņas sabiedrībā. Jebkura iekļaujoša politika, tai skaitā redzams atbalsts no valsts un pašvaldību puses, veicina sabiedrības iekļaujošu attieksmi. Nepieciešams radīt iekļaujošus politikas dokumentus, kas veicinātu cieņpilnas sabiedrības attīstību.**
  - To pierāda statistikas dati par Latviju, īpaši no 2020. gada, ņemot vērā, ka šajā laikā bija būtiskas diskusijas par visu ģimeņu tiesisko aizsardzību, vēlāk civilās savienības likumu;
  - To pierāda Īrijas, Šveices un Somijas piemēri, ņemot vērā, ka sabiedrības attieksme uzlabojas līdz ar pozitīvām likumdošanas pārmaiņām;
  - Vienlaikus Polijas piemērs rāda, ka LGBT tiesības ierobežojošu regulējumu rezultātā sabiedrības atbalsts LGBT kopienai samazinās.
- 2. Nepieciešama skaidra stratēģija. Visām kampaņām, īpaši stratēģiskām uz vērtībām balstītām kampaņām, jābūt balstītām konkrētā komunikācijas stratēģijā. Kampaņām jābūt izstrādātām precīzi. Kampaņu stratēģijas jāveido uz vērtībām balstītas.**
  - To pierāda īpaši Īrijas<sup>72</sup> un Čehijas kampaņas, kas stratēģiski mācījās no citu valstu labajām praksēm, ņemot vērā visus ietekmes faktorus;
  - Īpaši Īrijas kampaņa, kuras stratēģiju daļēji pārņēma arī Čehijas laulības vienlīdzības kampaņa, ir uz vērtībām balstīta kampaņa<sup>73</sup>;
  - Īrijas kampaņas galvenie veiksmes punkti: pozitīvs kampaņas tonis, uzsvars uz spēcīgiem personīgajiem stāstiem, kampaņas norises nodrošināšana arī vietējā līmenī, negatīvo kampaņu pavēršana pozitīvā gultnē<sup>74</sup>;
  - Čehijas kampaņa parāda, ka nepieciešams izvērtēt kopējās sabiedrības vērtības un rast vienojošās vērtības. Čehijā tika rasta kopējā vērtība "taisnīgums".
- 3. Neveidot kampaņas bez kopienas iesaistes - sarunā jāiesaista kopienas organizācijas, līderi un cilvēki. Veidojot komunikāciju, ir jābūt plašai diskusijai ar kopienu pārstāvošām organizācijām, jo bieži tās spēj ilustrēt kopienas sensitīvākos aspektus.**
  - Bieži izplatītā komunikācijas atsauce "Es zinu geju, viņam nepatīk" nav arguments;
  - Svarīgi ir nodrošināt, ka komunikācijā tiek pārstāvēts plašs kopienas spektrs, kā arī, ja iespējams, dažādu paaudžu spektrs. Svarīgi parādīt, ka LGBT kopiena sastāv ne tikai no jauniešiem, bet no dažādu paaudžu cilvēkiem.
- 4. Kampaņām jābūt pozitīvām, vienlaikus uz emocijām balstītām (neveidot "ciešanu kampaņas"). Visas kampaņas ir tikušas centrētas ap pozitīviem un emocionāliem vēstījumiem, kas vairāk veicina empātiju un izpratni. Svarīgi ir likt uzsvaru uz vienojošo, nevis šķeļošo. Visu valstu vienojošais bija personīgie stāsti, kas parāda**

<sup>72</sup> Yes: Marriage Equality's Path to Victory in Ireland <https://www.comnetwork.org/insights/yes-marriage-equalitys-path-to-victory-in-ireland/>

<sup>73</sup> Good Practice Guide on Values Based Campaigning for Legal Recognition of Same-Sex Partnerships, Dr Gráinne Healy, <https://rm.coe.int/manual-on-values-based-campaigning-/1680766c87>

<sup>74</sup> 5 lessons from the Irish marriage equality campaign <https://www.bond.org.uk/news/2018/08/5-lessons-from-the-irish-marriage-equality-campaign/>

## **LGBT kopienas cilvēcīgo seju un “lauž” stereotipus un aizspriedumus par LGBT kopienu.**

- To pierāda Īrijas kampaņas par laulību vienlīdzību, īpaši aicinājums kopā doties balsot;
  - Šveices kampaņas pret laulības jēdziena sašaurināšanu 2016. gadā un par laulību vienlīdzību 2021. gadā;
  - Čehijas kampaņa, kas norāda, ka, lai arī laulības izskatās vienādi, vienai daļai sabiedrības tās tomēr nav pieejamas.
- 5. Kampaņai jābūt drosmīgai un pozitīvai, tā var būt arī ar humoru, bet tam jābūt līdzsvarotam ar pozitīvām emocijām. Kampaņas var radīt ar unikālām īslaicīgām performancēm, kas gūst plašu mediju rezonansi.**
- To pierāda CocaCola uzņēmuma iesaiste Šveices 2020. gada kampaņā, iegādājoties Šveices lielākā laikraksta “20 min” pirmās lappuses, lai atbalstītu referendumu par diskriminācijas un naida izpausmju aizliegumu pret LGBT personām;
  - Ben&Jerry's<sup>75</sup> kampaņa 2015. gadā, veidojot “nepārraujamu varavīksni”, tādējādi protestējot pret to, ka septiņas reizes Varšavas centrā tika sadedzināts draudzības simbols varavīksne, kam ar LGBT kopienu nebija sakara, tomēr radikālie spēki šo saikni radīja paši.
- 6. Meklēt sabiedrotos un veidot koalīciju ar ne-LGBT organizācijām, ne-LGBT kopienas līderiem, māksliniekiem, pazīstamām personībām. Lielākā daļu valstu prakses norādīja to kā priekšnoteikumu pozitīva rezultāta sasniegšanai.**
- Gandrīz visās apskatītajās valstīs tika radītas koalīcijas, lai kopīgi cīnītos par LGBT tiesību jautājumiem. Visās valstīs kampaņas virzīja LGBT organizācijas, bet tās sabiedrotie bija plaša spektra cilvēktiesību organizācijas – sieviešu tiesību, cilvēku ar invaliditāti organizācijas u.c.;
  - Kampaņu analīzes arī pierādīja, ka nozīmīga ir koalīciju veidošana arī starp pašām LGBT organizācijām.
- 7. Efektīva sociālo tīklu izmantošana, neatmetot tradicionālos medijus vai tradicionālos komunikācijas veidus;**
- Visas kampaņas norāda, ka mūsdienu realitātē ir nozīmīga efektīva sociālo mediju izmantošana. Visās kampaņās tika izmantoti visi nozīmīgākie sociālie tīkli, kas tajā laikā bija aktuāli;
  - Šveices kampaņa norāda, ka svarīgi arī neatmest tradicionālos medijus. Tā veiksmīgi izmantoja vides reklāmas un karogus, kas ir ļoti ierasta komunikācijas metode. Bieži ierastas komunikācijas metodes strādā uz noteiktu demogrāfisko grupu, ko nevar sasniegt citādi .
- 8. Nepieciešams politiķu atbalsts, īpaši augstākā līmeņa, jāveicina aizvien lielāka tieša politiķu iesaiste iekļaujošas sabiedrības veidošanā. Redzamība LGBT kopienas līderiem, populārām personībām, “role-models”.**
- Sākotnējais Īrijas piemērs parāda, ka augsta līmeņa politiķu atbalsts vienlīdzībai arī veicina atbalstu LGBT kopienai;

---

<sup>75</sup> Why Ben & Jerry's created a water-light rainbow hologram in Poland  
<https://www.campaignlive.co.uk/article/why-ben-jerrys-created-water-light-rainbow-hologram-poland/1484633>

- Arī Latvijas piemērs pierāda, ka atklātu LGBT politiku atbalsts ir nozīmīgs. Īpaši atbalsts LGBT redzamībai. To pierāda Ārlietu ministra Edgara Rinkēviča 2014. gada “iznākšana no skapja”;
- Šo pierāda Somijas piemērs ar Tarja Halonen, kas bijusi nacionālās LGBT organizācijas vadītāja, vēlāk Somijas prezidente, Jani Toivola, pirmais tumšādainais Somijas deputāts, gejs un vietuļais tēvs, un Saani Mari, Somijas premjerministre, kas augusi viendzimuma jeb “varavīksnes ģimenē”.

**9. Uzmanāt grupas, kas tradicionāli šādās kampaņās netiek uzrunātas - vecākus un vecvecākus, vīriešus vidējā vecumā, cilvēkus reģionos. Nozīmīgs uzsvars uz “movable-middle” vai “neitrālo” sabiedrības daļu. Nepieciešams izvērtēt valodu, kādā noteiktā grupa runā.**

- Viens no Īrijas “Yes Equality” kampaņas mērķiem bija uzrunāt vidēja vecuma vīriešus, kuri pēc statistikas datiem bija noraidošākie. Kampaņas ietvaros tika pieņemts lēmums parādīt arī viņu “vienaudzus”, kuri iestājas PAR laulību vienlīdzību, līdz ar to vīriešiem būtu vieglāk identificēties ar šādiem piemēriem<sup>76</sup>;
- Vienlaikus līdzīgu piemēru arī parāda ASV kampaņas, kur par LGBT tiesībām iestājas arī konservatīvie politiķi, jo viena no konservatīvajām vērtībām ir taisnīgums<sup>77</sup>;
- Čehijā kampaņa norisinājās arī reģionos, tādējādi nodrošinot, ka kampaņa sasniedz plašāku sabiedrības loku. Redzamības kampaņas bieži norisinās lielajās pilsētās vai galvaspilsētā, bet reizēm sabiedrotie ir meklējami tieši reģionos.

**10. Veidot sadarbību ar biznesa sektoru, īpaši “ikdienas zīmoliem”. Veicināt atbalstu no uzņēmumiem, darba devējiem. Bieži uzņēmumiem ir pieejami plašāki resursi, kā arī pieejams plašāks informācijas saņēmēju loks.**

- To īpaši pierāda Šveices kampaņas, kad politiskajā aktīvismā iesaistījās ikdienas zīmoli, parādot savu atbalstu. Tas dod iedrošinājumu atbalstošajiem, ka arī starp lielajiem zīmoliem ir daudz atbalstītāju, tā nav tikai niša. Neizlēmušajiem tas norāda, ka atbalstīt LGBT tiesības ir daļa no normas. Savukārt negatīvi noskaņotajiem tas parāda, ka viņu izmantotie ikdienas zīmoli, neskatoties uz viņu iebildumiem, joprojām atbalsta iekļaujošu sabiedrību un nav zaudējuši savu zīmola statusu.

**11. Izmantot atpazīstamus simbolus, vēsturiskas personības, nacionālās vērtības.**

- Šo pierāda Somijas Muminu un Tom of Finland fenomēns. Somija ir spējusi veiksmīgi iekļaut dažādību un atvērtību savā tūrisma un kultūras popularizēšanā – piemēram, “13 veidi, kā Helsinki sniedz iespēju cilvēkiem brīvību mīlēt”<sup>78</sup>;
- Atziņu pierāda arī Latvijas piemērs. “Slēptā dzīve – Homoseksuāļa dienasgrāmatas 1927-1949” jeb Kaspara Aleksandra Irbes dienasgrāmata kļuva par vienu no pārdotākajām grāmatām Jāņa Rozes grāmatnīcā, kā arī tika nominēta 1kg kultūras balvai. Tas pierāda, ka sabiedrībā ir pieprasījums pēc

<sup>76</sup> How the Yes was won: the inside story of the marriage referendum <https://www.irishtimes.com/life-and-style/people/how-the-yes-was-won-the-inside-story-of-the-marriage-referendum-1.2418302>

<sup>77</sup> Freedom for All Americans <https://freedomforallamericans.org/conservatives-against-discrimination/>

<sup>78</sup> 13 Ways Helsinki offers people the freedom to love <https://www.myhelsinki.fi/en/work-and-study/helsinki-freedom/13-ways-helsinki-offers-people-the-freedom-to-love>

unikāliem vēstures simboliem un liecībām, ko bieži var atrast tieši mazaizsargāto grupu vēsturē, jo tā ilgstoši tikusi slēpta un pat stigmatizēta.

**12. Reliģisko organizāciju naida kampaņas radīja lielāku atbalstu, panākot aicinājumu uzsvērt sekulāras valsts un sekulāru vērtību nozīmi. Ir nozīmīgi runāt par kopējām vērtībām, tādējādi neveicinot pretnostatījumus pret kādu no grupām.**

- Somijas un Īrijas piemēri parāda, ka organizētas reliģisko organizāciju kampaņas pret cilvēktiesību attīstību bieži noved pie sabiedrības novēršanās no reliģisko konfesiju viedokļiem, tādējādi bieži noliedzot arī reliģiskos simbolus un pašu reliģiju.

**13. Jārēķinās, ka pasaulē būtiski palielinās organizēta dezinformācijas izplatība, kas arī ir vērsta pret LGBT kopienu. Kampaņas pierāda, ka katrai pozitīvai kampaņai nepieciešams sagatavot labu argumentāciju, jo tā mēdz saskarties ar plašu "pret" kampaņu un dezinformācijas plūsmu.**

- Īrijas, Šveices un Polijas pieredzes parāda, ka vienlaikus ar iekļaušanu veicinošām kampaņām parādās kampaņas, kas var negatīvi, tai skaitā arī ilgtermiņā, iespaidot kādu no mazāk aizsargātajām grupām;
- Veidojot kampaņas, ir jāņem vērā valoda un izteiksmes veids, kas atspēko negatīvos viedokļus, kā arī veicina iekļaujošu valodu, lai veicinātu izpratni par LGBT kopienu. Tā var nostiprināt arī LGBT kopienas piederības sajūtu.