



Sorosa fonds - Latvija
Sabiedrība par atklātību "Delna"

Projekts "Atklātība politisko partiju finansēšanā"

Gala ziņojums

Autores: Aivita Putniņa
Vita Tērauda
Inese Voika

Darba grupa: žurnālisti Kārlis Streips, Nellija Ločmele, politologs Jānis Ikstens, sociālantropoloģe Aivita Putniņa, Vidzemes augstskolas prorektors Rikards Berugs, Sorosa fonda - Latvija pārstāvji Vita Tērauda un Andris Aukmanis, DELNAs pārstāvji Inese Voika un Diāna Kurpniece

Rīga
2001. gada oktobris

SATURS

Ievads.....	3
1. Projekta mērķi un uzdevumi	5
2. Projekta īstenošanas gaita	7
2.1. Partiju finanšu deklarācijas	10
Secinājumi	14
2.2. Masu mediju iesaistīšana projektā	15
Secinājumi	16
3. Projekta rezultāti.....	17
3.1. Priekšvēlēšanu kampaņas izmaksas	17
3.2. Partiju priekšvēlēšanu kampaņas izdevumi presei sniegtajā informācijā	20
Secinājumi	21
3.3. Partiju priekšvēlēšanu izdevumi	22
Secinājumi un ieteikumi	37
3.4. Partiju ieņēmumi	39
Secinājumi un ieteikumi	43
4. Slēptā reklāma	44
5. Projekta rezonanse sabiedrībā.....	47
6. Secinājumi un ieteikumi: Kopsavilkums.....	48
7. Nobeigums	51

Pielikumi:

1. Monitoringa dati par novērotās reklāmas izmaksām priekšvēlēšanu laikā 2001.gada 1.janvārī – 11.martā.
2. BMF izmantotais sabiedrisku saziņas līdzekļu saraksts.
3. Laikrakstu saraksts LETA sagatavotajam materiālam par reģionālo presi.
4. Saīsinājumos lietoto partijas nosaukumu atšifrējums.
5. Projektā izmantotā partijas finansiālās atskaites veidlapa.
6. Anketa medijiem.
7. Mediji, kuri neatsaucās aicinājumam piedalīties projektā.
8. Partiju iesniegtās atskaites.
9. Mediju iesniegtās atskaites.

IEVADS

Nelikumīga vai arī pret sabiedrības interesēm vērsta politisko partiju finansēšana tiek minēta kā viena no būtiskākajām politiskās korupcijas jeb “valsts sagrābšanas” jomām Pasaules Bankas (PB) 2000. gada ziņojumā par Korupciju pārejas perioda valstīs.¹ Dati par Latviju 22 valstu vidū uzrāda ļoti augstu “sagrābšanas līmeni”, ierindojot Latviju vienā grupā ar Krieviju, Azerbaidžānu un Moldāviju.² Arī 2000./01. gada ANO ziņojumā par tautas attīstību Latvijā autori norāda uz slēgtas politikas dominēšanu un ciešām saitēm starp biznesu un politiku Latvijā.³

Atklātība politisko partiju finansēs ir jautājums, kurš pēdējā laikā aktualizējies arī stabilajās demokrātijās. Jautājumu par kontroles uzlabošanu pār partiju naudas resursiem ir aktualizējuši skandāli Vācijā un Francijā, nekontrolētā dolāru miljonu plūsma prezidenta vēlēšanu kampaņā ASV.

Sabiedrības loma partiju finansu kontrolē ir ļoti nozīmīga. Pasaulē ir nedaudzi, tomēr veiksmīgi piemēri, kā sabiedrība piedalās neatkarīgā partiju finansu un vēlēšanu izdevumu uzskaitē. ASV sabiedriskā organizācija *Center for Responsive Politics* regulāri uzskaita, analizē un dara pieejamu internetā ASV likumdevējiem ziedotās summas. Savukārt Argentīnas organizācija “*Pilsoņu spēks*” vairākās Latīņamerikas zemēs ieviesusi neatkarīgu vēlēšanu izdevumu uzskaiti.

Latvijas valdība Andra Bērziņa vadībā 2000. gada 8. augustā pieņēma deklarāciju, kurā apņēmas vērsties pret augstākā līmeņa korupciju. Lai arī valdības deklarētā pamatnostāja attiecībā uz uzlabojumiem partiju finansēšanas mehānismā bija vērsta uz politisko partiju finansējumu no valsts budžeta, jaunajā likumprojektā ir iestrādātas vairākas normas, kuru ieviešana veicinātu atklātību un stiprinātu kontroli pār partiju ienākumiem un izdevumiem. 2001. gada rudenī likumprojekts gaida izskatīšanu Ministru kabinetā.

¹ **Valsts sagrābšana** (*state capture*) attiecas uz darbībām, ko gan valsts, gan arī privātajā sektorā veic atsevišķi indivīdi, grupas vai uzņēmumi, lai ietekmētu likumu, noteikumu, rīkojumu veidošanu un pārējo valdības politiku savā labā, kā rezultātā notiek nelikumīga un necaurspīdīga privātā labuma nodrošināšana valsts amatpersonām.

PB pētījumā ir identificētas vairākas pazīmes, kas liecina par “valsts sagrābšanu”:

- parlamenta balsu un pārvaldes lēmumu (rīkojumu) "pārdošana" privātajām interesēm,
- civillietu un krimināllietu nelikumīgu tiesas lēmumu pirkšana,
- koruptīva apiešanās ar centrālās bankas fondiem,
- privātpersonu un uzņēmumu veikta nelegāla politisko partiju finansēšana.

² *Anticorruption in Transition, a Contribution to the Policy Debate*, World Bank, 2000.

³ Sabiedriskās politikas process, ANO pārskats par tautas attīstību Latvijā, 2000/01, http://ano.deac.lv/html_1/index_09.htm, skatīts 23.09.2001.

Sabiedrībā valda liela neuzticība politiskajām partijām un pesimisms par iespējām kontrolēt partiju finanses. ES PHARE Pretkorupcijas projekta pētījumā 74 % no visiem aptaujātajiem iedzīvotājiem tieši politiku (partijas, valdību, Saeimu) uzskata par viskorumpētāko jomu Latvijā.¹

Visur pasaulē vēlēšanu kampaņas izmaksā dārgi. Dati par Latvijas partiju kopējām finansēm uzrāda, ka vēlēšanu gadā partijas tērē pat trīs reizes vairāk naudas nekā gados starp vēlēšanām.² Turklāt kampaņu izdevumiem ir tendence pieaugt līdz ar katrām vēlēšanām. Nepieciešamība pēc finansu resursiem un partiju uzraudzības vai kontroles trūkums var radīt divējādu negatīva rakstura ietekmi uz partijas darbību. Pirmkārt, ja partija ir atkarīga no viena vai nedaudziem finansētājiem, tā var nonākt fizisko vai juridisko personu atkarībā. Otrkārt, partija var krist kārdinājumā daļu nepieciešamo līdzekļu neuzrādīt partiju oficiālos ienākumu avotos ar mērķi slēpt gan līdzekļu izcelsmi, gan naudas devēja identitāti un iespējamo ietekmi partijā.

Lai pievērstu sabiedrības uzmanību pašas sabiedrības kontroles iespējamībai un panāktu lielāku atklātību un pārskatāmību partiju finansu plūsmās un atskaites sistēmās sabiedrībai, *Sorosa fonds - Latvija* un Sabiedrība par atklātību "Delna" (tuprāk tekstā DELNA) no 2001. gada 1.februāra līdz 1.jūlijam veica projektu, kura galvenais izpētes objekts bija priekšvēlēšanu kampaņā iztērētie partiju finansu līdzekļi.

Ziņojums sniedz pārskatu par iegūtajiem datiem un projekta norises gaitu, kā arī dod ieteikumus tālākajiem soļiem, uzlabojot partiju finansēšanas atklātību un uzticību sabiedrībā Latvijā.

¹ Latvijas iedzīvotāju attieksme pret korupciju, SKDS, 2000.g. novembris, EU PHARE *Anti-Corruption Training, Legislation and Information Programme*.

² *Partiju finansēšana un korupcijas ierobežošana Latvijā: alternatīvu risinājumu analīze*, Sorosa fonda - Latvija Politikas analīzes projekta saturiskā atskaite, Dr. Jānis Ikstens, 2001.

1. PROJEKTA MĒRĶI UN UZDEVUMI

Projekta mērķis bija aprobēt neatkarīgu novērošanas mehānismu politisko partiju tēriņiem priekšvēlēšanu laikā. Tā kā Latvijā 2001. gada pašvaldību vēlēšanu laikā nepastāvēja likuma prasība deklarēt tieši ar vēlēšanām saistītos ienākumus un izdevumus, šim projektam vajadzēja veicināt arī savstarpējo dialogu starp partijām un sabiedrību, jo partijām datus bija jāsniedz brīvprātīgi.

Projektam bija trīs uzdevumi. Pirmkārt, konstatēt, cik naudas partijas iztērējušas 2001. gada pašvaldību priekšvēlēšanu reklāmās veicot šīs reklāmas neatkarīgu uzskaiti. Otrkārt, aicināt partijas sadarboties datu iesniegšanā. Treškārt, salīdzināt iegūtos datus.

Neatkarīgā reklāmas novērošana netika veikta visā kampaņas laikā un pilnā apjomā, taču projekta darba grupa apņēmas sniegt konkrētus skaitļus, ieviešot konkrētību līdz šim publiskajā diskusiju telpā valdošajiem minējumiem un neticībai iespējām noskaidrot, cik naudas reklāmās iztērēts.

Neatkarīgā uzskaitē iegūtie skaitļi nepretendē uz pilnīgu precizitāti, taču sniedz pamatu diskusijai par iztērēto kopsummu, šo summu atbilstību partiju uzrādītajiem datiem, kā arī par iespējām precīzi uzskaitīt politiskās reklāmas. Lai panāktu efektīvu partiju naudas plūsmas kontroli, nepieciešama gan izdevumu, gan ienākumu kontrole. Sabiedrības spēkos ir pietiekami efektīvi kontrolēt tieši izdevumu daļu.

Projekta laikā ieviestie mehānismi ļāva iepazīties ar kārtību, kura nākotnē partijām tiktu piemērota ar likuma spēku, ja Ministru kabinets un Saeima pieņems partiju finansēšanas likumprojektu esošajā, 2001. gada jūlijā, redakcijā. Projekts balstījās uz vienu no jauninājumiem, kurš tiek uzskatīts par būtisku soli partiju atklātībā un saiknes veidošanā ar vēlētājiem – partijas finansu deklarēšanu gan pirms, gan pēc vēlēšanām.

Projekta īstenošanas rezultātā sabiedrība tika informēta par iespējām iepazīties ar partiju ienākumiem un tēriņiem vēlēšanu kampaņas gaitā. Radās iespēja labāk orientēties partiju finansēšanas noteikumos un veidot viedokli par iespējamām izmaiņām partiju finansēšanas kārtībā.

Taču šis ir tikai sākums dziļākas izpratnes veidošanai vēlētājos, kuru izvēli var ietekmēt tas, cik atklāta ir partija attiecībā uz saviem finansu avotiem un to izlietošanas veidiem.

MEDIJU LOMA VĒLĒŠANĀS

Projekta gaitā attīstījās diskusijas arī par blakus tēmu – par masu mediju kvalitāti, ētiku un ētikas principu ievērošanu priekšvēlēšanu kampaņas laikā. Vienotu ētikas principu trūkums neļauj viennozīmīgi spriest par cēloņiem, kāpēc masu mediju darbā parādījās pazīmes, kas liecināja par iespējamu slēptās reklāmas klātbūtni. Projekta mērķis nebija izvirzīt kritērijus žurnālistu darbībai priekšvēlēšanu kampaņas laikā, bet novērtēt, vai ir pamats aizdomām par to, ka pastāv slēptas naudas plūsmas no politiskām partijām

uz masu medijiem, partijām cenšoties panākt savu kandidātu labvēlīgu atspoguļojumu priekšvēlēšanu periodā.

PROJEKTA DARBA GRUPA

Projekta iniciators *Sorosa fonds - Latvija* pieaicināja Sabiedrību par atklātību "Delna", pēc kuras piedāvātā modeļa tika realizēts konkrētais partiju finansu kontroles mehānisms. Līdz šim līdzīgi bija novērotas vairākas vēlēšanas Argentīnā, Brazīlijā un Peru, tāpēc starptautiskā pretkorupcijas organizācija *Transparency International* bija ieinteresēta pārbaudīt, vai šāds modelis darbotos arī pārejas perioda valstīs Austrumeiropā.

Projekta īstenošanai abas organizācijas izveidoja plašāku darba grupu, lai darbam piesaistītu kvalificētus speciālistus no dažādām nozarēm. Projektā dažādos tā posmos iesaistījās žurnālists Kārlis Streips, Vidzemes augstskolas prorektors Rikards Berugs, politologs Jānis Ikstens, sociālantropoloģe Aivita Putniņa, žurnāliste Nellija Ločmele, Sorosa fonda - Latvija pārstāvji Vita Tērauda un Andris Aukmanis un Sabiedrības par atklātību "Delna" pārstāves Inese Voika un Diāna Kurpniece.

PROJEKTA DARBA GRUPAS DEKLARĀCIJA

Projekta darba grupas dalībnieki vienojās par godprātības principiem projekta veikšanā. Visi projekta veicēji apliecina, ka projekta gaitā vadījās tikai un vienīgi no sabiedrības interesēm un netika ietekmēti no kādas trešās puses. Par darbu projektā saņemtais atalgojums ir atspoguļots oficiālajā projekta atskaitē, un neviens darba grupas loceklis nav saņēmis citu samaksu, kas saistīta ar šo darbu.

Visi projekta gaitā iegūtie materiāli tiek pievienoti gala ziņojumam un ir publiski pieejami sabiedriskās politikas portālā www.politika.lv un DELNAs mājas lapā www.delna.lv. Visi projekta gaitā sagatavotie ziņojumi tika sniegti sabiedrības izvērtējumam, nedodot nevienam priekšrocību informācijas vai cita labuma iegūšanā.

PROJEKTA IZMAKSAS

Projektu finansēja Sorosa fonds - Latvija, atvēlot šim darbam Ls 4200, kuri tika iztērēti šādi:

BMF un LETA pakalpojumi	Ls 472	
DELNA	Ls 2120	
<i>(t. sk. stipendijas darba grupai Ls 1700)</i>		
TV monitorings	Ls 835	
Preses monitorings	Ls 568	
Citi izdevumi		Ls 205
<i>(komunikācijas, darba grupas sēdes, kancelejas preces, preses konferences)</i>		

Projekta rezultāti un tam sekojošā diskusija tiks izmantoti, lai veiktu kvalitatīvu un pilnīgu priekšvēlēšanu kampaņu izmaksu kontroli 8. Saeimas priekšvēlēšanu kampaņas laikā 2002. gada rudenī.

2. PROJEKTA ĪSTENOŠANAS GAITA

Projekts tika īstenots vairākos posmos:

1) Tika izstrādāta partiju finansu deklarācijas veidlapa un nosūtīta partijām.

Partiju deklarācijās bija paredzēts uzrādīt ieņēmumus un izdevumus 2000. gadā un 2001. gada 1. janvārī - 15. martā. Atsevišķa sadaļa paredzēta partiju reklāmas tēriņiem atsevišķās reklāmas kategorijās - presē, radio, televīzijā, vidē, internetā un ar pasta starpniecību izplatītajai reklāmai. Veidlapa atšķīrās no likumā paredzētās ar sīkāku iedalījumu, lai ļautu precīzāk salīdzināt datus ar neatkarīgi uzskaitītajiem datiem, kā arī lai sniegtu vēlētājiem priekšstatu par to, kur visvairāk tiek tērēti līdzekļi.

2) Partijas tika lūgtas parakstīt apņemšanos iesniegt deklarāciju.

Partijas netika lūgtas sniegt datus par finansētājiem un finansējuma apjomiem pirms vēlēšanām, jo vēstules tika nosūtītas 2001. gada 14. februārī, kad priekšvēlēšanu kampaņa jau bija sākusies. Partijām līdz 2001. gada 26. februārim, tas ir - divas nedēļas pirms vēlēšanām, lūdza atsūtīt apņemšanos sniegt datus pēc vēlēšanām. Projekta īstenotāji gribēja informēt vēlētājus, kuras partijas ir gatavas uz atklātību.

3) Masu saziņas līdzekļu vadītāji tika aptaujāti par viņu attieksmi pret projektu un atbalsta gadījumā aicināti uzrādīt partiju reklāmas ieņēmumus no katras partijas.

Mediju sniegtie dati ļautu precīzāk izvērtēt partiju sniegto skaitļu atbilstību reālajiem tēriņiem un sniegtu tiešas norādes par naudas plūsmu partiju kasēs. Taču projekta īstenotāji apzinājās, ka šis ir sarežģīts jautājums, jo reklāmas pārdošanas taktika ir katra medija komercnoslēpums. Turklāt lielākā daļa masu saziņas līdzekļu Latvijā ir privāti. Tāpēc bija svarīgi noskaidrot mediju vadītāju attieksmi pret projektu kopumā.

Ar šo vēstuli tika arī ievadīta diskusija par mediju īpašo lomu un atbildību atklātības un kontroles nodrošināšanā par partiju finansēm priekšvēlēšanu laikā .

4) *Baltic Media Facts* (BMF) veica politiskās reklāmas novērošanu un sniedza aprēķinus par politiskās reklāmas izmaksām centrālajos masu saziņas līdzekļos un vides reklāmā.

BMF sniegtie dati atspoguļo partiju reklāmas aktivitātes laikā no 2001. gada 1. janvāra līdz 11. martam. Tā ietvaros BMF izmērīja ikvienas politiskās reklāmas laukumu vai ilgumu medijos, kuru saraksts redzams 2. pielikumā. BMF dati atspoguļo gan bruto cenas, gan reālās reklāmas cenas ar vidējām atlaidēm katrā mediju grupā.

Neatkarīga reklāmas novērošana ir viens no sabiedriskās novērošanas modeļa būtiskākajiem elementiem. Ir svarīgi gūt precīzus datus par reklāmas apjomiem, kā arī iegūt priekšstatu par reālajām cenām.

BMF nenodrošināja datus par konkrētajām atlaidēm, bet sniedza ziņas par vidējām atlaidēm komercreklāmai attiecīgajos medijos aplūkotajā laika posmā. Šīs ziņas tika izmantotas, lai noteiktu aptuvenās attiecīgās partijas reklāmas izmaksas katrā medijā.

5) LU Sociālo zinātņu fakultātes studenti veica politiskās reklāmas izmaksu aprēķinus reģionālajā presē, balstoties uz LETA sagatavotajiem materiāliem.

Vietējie mediji ir nozīmīgs forums partijām priekšvēlēšanu laikā, tāpēc projekta autori vēlējās iegūt datus arī par vietējās reklāmas biežumu, lai gan BMF to nenodrošināja.

LETA sagatavoja politiskās reklāmas uzskaiti, LU studenti materiālu apstrādāja, izmērot reklāmas laukumu un aprēķinot cenu pēc cenu lapas (bez PVN). Reģionālo laikrakstu cenu politika partiju reklāmas publicēšanai ir dažāda, līdz ar to, gadījumos, kad politiskajai reklāmai nebija vienas noteiktas cenas, bet tā svārstījās atkarībā no reklāmu publicēšanas skaita un lappuses, uzskaites veicēji piemēroja vidējo cenu. Individuāli piemērota atlaižu politika netika ņemta vērā.

6) Tika veikts iespējamās slēptās reklāmas monitorings presē un televīzijā.¹

Slēptās reklāmas kritērijus izstrādāja darba grupa, bet pētījumu veica Nellija Ločmele - presē bet Rikards Berugs un Valmieras augstskolas studenti - televīzijā.

Slēptā reklāma tika pētīta, lai noskaidrotu, cik lielā apjomā partijas varētu būt tērējušas līdzekļus masu medijos, kurus neuzskaitīja BMF un LETA.

Ņemot vērā projekta eksperimentālo ievirzi, tika izvēlēti atsevišķi mediji noteiktā laika posmā, lai gūtu priekšstatu par slēptās reklāmas apjomiem, bet nevis, lai konstatētu visu iespējamo reklāmu.

Preses monitorings aptvēra laika posmu no 2001. gada 10. februāra līdz 10. martam. Tika analizēti 12 populārākie nacionālās un reģionālās preses izdevumi latviešu un krievu valodā – “Lauku Avīze”, “Diena”, “Neatkarīgā Rīta Avīze”, “Rīgas Balss”, “Panorama Latvijai” un “Čas”, kā arī “Liesma”, “Rēzeknes Vēstis”, “Million”, “Zemgales Ziņas”, “Kurzemes Vārds” un “Ventas Balss”.

Savukārt monitorings televīzijā aptvēra laika posmu no 2001. gada 28. februāra līdz 12. martam. Tika apsekoti 4 televīzijas kanāli - LTV1, LTV2, LNT un TV3. Tika ierakstīti visi raidījumi, izņemot seriālus un līdzīgas izklaides programmas, kurās parasti nepiedalās politiķi. Kopumā tika ierakstītas 111 trīs-stundu kasetes, kopā aptuveni 20 000 minūtes.

7) Tika veikts iegūto datu savstarpējs salīdzinājums un atbilstības izvērtējums.

8) Notika konsultācijas ar partijām, kuras iesniegušas datus, lai precizētu neskaidrības.

Precizējumi iekļauti gala ziņojumā.

9) Ziņojums tika prezentēts gan politiskajām partijām, kuras sniegušas datus, gan plašākai sabiedrībai.

¹ Pilns pētījuma materiāls ir pieejams Sorosa fonda - Latvija un DELNAs mājas lapās: <http://www.delna.lv>, <http://www.sfl.lv/jaunumi.htm>

10) Tiek izstrādāts modelis 2002. gada Saeimas vēlēšanu novērošanai un noteikti sadarbības partneri – mediji, partijas utt.

2.1. PARTIJU FINANSU DEKLARĀCIJAS

Projekta īstenotāji 2001. gada februārī apzināja 50 politiskās partijas, kuras reģistrētas Tieslietu ministrijā. Uzaicinājumu piedalīties projektā izdevās nodot (ar kurjera palīdzību) 34 partiju pārstāvjiem. 11 partijas neatradās oficiāli norādītajās adresēs. Par piecām noskaidrots, ka tās nav aktīvas vēlēšanu dalībnieces. Politiskajām partijām tika lūgts apstiprināt projekta veicējiem, ka līdz 2001. gada 11. martam tiks iesniegti dati par priekšvēlēšanu kampaņai saņemtajiem un izlietotajiem līdzekļiem pēc projekta īstenotāju izvirzītajām prasībām. 14 partijas apstiprināja, ka iesniegs datus par priekšvēlēšanu kampaņas finansēm.

Projekta rezultātā ir jāsecina, ka vairākums Latvijas partiju nav bijušas gatavas publiskot detalizētu informāciju par partijas ieņēmumiem un tēriņiem. Lai arī neviena no uzrunātajām partijām atklāti neatteicās uzrādīt savus tēriņus vēlētājiem, daļa projektu ignorēja.

Partijas, kuras nepublicēja priekšvēlēšanu tēriņus

Saeimā pārstāvētās partijas *LSDSP* un *Apvienība "PAR CILVĒKTIESĪBĀM VIENOTĀ LATVIJĀ" (PCTVL)* nesniedza rakstiskas atbildes uz darba grupas vēstuli.

Līdz vēlēšanām pausto apņemšanos **nav** pildījušas piecas partijas – *TĒVZEMEI UN BRĪVĪBAI/LNNK*, *TAUTAS SASKAŅAS PARTIJA*, *DAUGAVPILS PILSĒTAS PARTIJA*, *JAUNĀ KRISTĪGĀ PARTIJA* un *P/A "MŪSU ZEME"*.

TAUTAS SASKAŅAS PARTIJA, lai gan sākotnēji piekrita sniegt projektam atskaites, vēlāk atsūtīja rakstisku atteikumu, norādot, ka saskaņā ar *PCTVL* koordinācijas padomes lēmumu iesniegs likumā pieprasītās atskaites nākamā gada martā. *TĒVZEMEI UN BRĪVĪBAI/LNNK* puda gatavību atbalstīt projektu, nenorādot termiņus, taču šo apņemšanos nepildīja.

Politiskā organizācija *LATVIJAI UN VENTSPILIJ* atbildes vēstulē aicināja *DELNU* būt atklātākai, bet pēc tam, kad *DELNA* nosūtīja pieprasīto informāciju, partijas tēriņus tomēr neatklāja. *LATVIJAS ATDZIMŠANAS PARTIJA* pieprasīja sīkāku informāciju, bet tālākā sarakstē neiesaistījās.

Partijas, kuras iesniedza datus

Apņemšanos iesniegt atskaites laicīgi pildīja četras partijas: *LATVIJAS ZAĻĀ PARTIJA*, *LATVIEŠU ZEMNIEKU SAVIENĪBA*, *MĒS SAVAM NOVADAM UN NACIONĀLĀ PROGRESA PARTIJA*.

LATVIJAS ZEMNIEKU SAVIENĪBA UN LATVIJAS DEMOKRĀTISKĀ PARTIJA pildīja savu apņemšanos ar nelielu nokavēšanos. *LATVIJAS CEĻŠ UN KRISTĪGI DEMOKRĀTISKĀ SAVIENĪBA* iesniedza daļēju atskaiti nepilnus divus mēnešus pēc projekta noteiktā termiņa.

TAUTAS PARTIJA vēstulē puda gatavību sniegt pieprasīto informāciju, taču - ne norādītajā laikā. TAUTAS PARTIJA deklarāciju par 2000. gadu iesniedza 7. jūnijā, lai arī solījās to izdarīt 31. martā. Deklarācija par 2001. gadu ir iesniegta partijas solītajā termiņā – 2001. gada 31. maijā.

Saskaņā ar spēkā esošo likumdošanu partijām jāiesniedz finansu atskaite par iepriekšējo kalendāro gadu līdz nākamā gada 1. martam. Jaunajā likumprojektā par politisko partiju finansēšanu papildus paredzēts, ka 20 dienu laikā pirms Saeimas vēlēšanu dienas politiskā organizācija Centrālajā vēlēšanu komisijā iesniedz finansiālās darbības deklarāciju, kurā norāda visus tās rīcībā esošos finansu līdzekļus un kustamo un nekustamo mantu. Partijai jāsniedz arī informācija par priekšvēlēšanu kampaņai atvēlētajiem līdzekļiem. Mēneša laikā pēc vēlēšanu dienas partija iesniedz Centrālajai vēlēšanu komisijai deklarāciju, kurā tā uzrāda vēlēšanu kampaņas tēriņus un to līdzekļu izcelsmes avotus. Projekta ietvaros izmantotā detalizētā veidlapa varētu kalpot par pamatu likumprojektā noteiktajai veidlapai, kuras saturu apstiprinās Ministru kabinets (skat. projektā izmantoto atskaites veidlapu 5. pielikumā).

Partiju apņemšanās aizpildīt deklarācijas un solījumu izpilde

1. tabula

	Apņemšanās iesniegta	Atskaite iesniegta līdz 2001. gada 31. martam	Atskaite iesniegta līdz 2001. gada 1. jūnijam
1. Daugavpils Pilsētas partija	ir	nav	nav
2. Jaunā kristīgā partija	ir	nav	nav
3. Kristīgi demokrātiskā savienība	ir	nav	daļēji ir (nenorādot ziedotājus) – 07.05.2001
4. Latvijas Demokrātiskā partija	ir	nav	ir (11.04.2001)
5. Latvijas Zaļā partija	ir	ir	-
6. Latvijas Zemnieku savienība	ir	nav	ir (11.04.2001)
7. Latviešu Zemnieku savienība	ir	ir	
8. Mēs savam novadam	ir	ir	-
9. Mūsu zeme	ir	nav	nav
10. Nacionālā progresa partija	ir	ir	-
11. Latvijas ceļš	ir ¹ (daļēji)	nav	daļēji ir (nenorādot ziedotājus)- 24.05.2001
12. Tautas partija	ir ² (daļēji)	nav	Dekl. par 2001. gadu iesniegta 31.05.2001, pilna deklarācija 07.06.2001
13. Tautas saskaņas partija	ir ³ (daļēji)	nav	saņemta atteikuma vēstule
14. Tēvzemei un Brīvībai/LNNK	ir ⁴ (daļēji)	nav	nav
15. Latvijas Atdzimšanas partija	nav ⁵	-	-

16. Latvijai un Ventspilij	nav ⁶	-	-
----------------------------	------------------	---	---

Piezīmes

- ¹ **Latvijas ceļš** iesniedza vēstuli, kurā izteikts principiāls atbalsts projekta aktivitātēm. Partijai iebildumus radīja atskaites veidlapa, kura nesakrīt ar likumā noteikto, un atskaišu iesniegšanas termiņi. Partija norādīja, ka gadījumā, ja visi projekta dalībnieki piekrīt aizpildīt projekta piedāvātās veidlapas, tad tā ir gatava vienoties par atskaitē minēto pozīciju traktējumu. Latvijas ceļš iesniedza finansiālās darbības deklarāciju par 2000. gadu un pārskatu par saņemtajiem un ziedotajiem līdzekļiem 2000. gadā, kā arī izdevumiem un ienākumiem 2001. gada 1. janvārī - 15. martā, taču nenorādīja atsevišķus ziedotājus.
- ² **Tautas partija** atbalstīja projektu, taču pieprasīja termiņa pagarinājumu līdz 2001. gada 31. maijam. Partija apņēmas iesniegt 2000. gada tēriņus par vēlēšanu kampaņu līdz 2001. gada 31. martam, taču iesniedza likumā paredzēto finansiālās darbības deklarāciju par 2000. gadu. 2001. gada 31. maijā partija iesniedza deklarāciju par 2001. gadu. Pilnu deklarāciju par 2000. gadu partija iesniedza 2001. gada 7. jūnijā.
- ³ **Tautas saskaņas partija** atbalstīja projekta ideju un piekrita sniegt ziņas par vēlēšanu kampaņas tēriņiem, nenorādot konkrētu termiņu. 2001. gada 23. maijā nosūtītajā vēstulē Jānis Jurkāns paziņoja, ka sniegs ziņas likumā paredzētajā kārtībā. Vēstule atsaucās uz PCTVL koordinācijas padomes lēmumu publicēt ziņas tikai likumā noteiktajā kārtībā līdz 2002. gada 1. martam.
- ⁴ **Tēvzemei un Brīvībai/LNNK** atbalstīja projektu, norādot, ka vairākus gadus pēc kārtas tā viena no pirmajām iesniegusi finansiālās darbības deklarāciju likumā noteiktajā kārtībā. Partija puda gatavību sniegt pieprasīto informāciju, nenorādot iesniegšanas termiņus. 2001. gada 14. maijā partijas birojā telefoniski paziņoja, ka nesniegs informāciju DELNAI, jo baidoties par iespējamo datu izkropļojumu.
- ⁵ **Latvijas Atdzimšanas partija** pieprasīja sīkāku informāciju par vienu no projekta līdzdalībniekiem – DELNA, taču saņemot prasīto informāciju, nav atbildējusi.
- ⁶ **Politiskā organizācija “Latvijai un Ventspilij”** pieprasīja sīkāku informāciju par vienu no projekta dalībniekiem – DELNA, vēloties uzzināt par tās dibinātājiem, pārvaldes institūcijām, amatpersonām, finansu avotiem un to izlietojumu. “Latvijai un Ventspilij” bažījās par DELNAS saistību ar “partiju kapitālu un politisko partiju finansiālajiem un politiski publiskajiem atbalstītājiem”. Pēc DELNAS atbildes saņemšanas 2001. gada 5. martā (paraksts par saņemšanu uz kurjera dokumentiem) organizācija nav vairs atbildējusi projekta darba grupas aicinājumiem piedalīties projektā.

Partijas, kuras neatsaucās uz aicinājumu piedalīties projektā*

2. tabula

	Partijas nosaukums	Nosūtītais aicinājums piedalīties projektā saņemts	Partija neatrodas norādītajā adresē vai nevēlas sadarboties
1.	Apvienība "Liepājas attīstībai"	Saņemts	
2.	Bauskas rajona Nacionālā apvienība	Saņemts	
3.	Darba partija	Saņemts	
4.	Esi cilvēks	Saņemts	
5.	Helsinki – 86	Saņemts	
6.	Konservatīvā partija	Saņemts	
7.	Labklājības partija	Saņemts	
8.	Latvijas Nākotnes partija	Saņemts	
9.	Latvijas Konservatīvā savienība	Saņemts	
10.	LSDSP	Saņemts	
11.	Latvijas Sociālistiskā partija	Saņemts	
12.	Latvijas Vienības partija	Saņemts	
13.	Līdztiesība	Saņemts	
14.	Mēs – Olainei	Saņemts	
15.	Nacionālā Savienība "Namejs"	Saņemts	
16.	Politisko organizāciju apvienība PCTVL - sūtīts 3 partijām	Saņemts	
17.	Tautas mantojums	Saņemts	
18.	Zemgales partija	Saņemts	
19.	Dabas likuma partija		Neatrodas adresē
20.	Demokrātu partija		Neatrodas adresē
21.	Krievu partija		Neatrodas adresē
22.	Latvijas Nacionālā reformu partija		Neatrodas adresē
23.	Pretkomunistu apvienība		Neatrodas adresē
24.	Reformu savienība		Neatrodas adresē
25.	Republikāņu partija		Neatrodas adresē
26.	Sociāldemokrātiskā sieviešu organizācija		Neatrodas adresē
27.	Tautas kustība Latvijai (Zīģerista partija)		Neatrodas adresē
28.	Vienotā tautas partija "Sadraudzība"		Neatrodas adresē
29.	Latgales gaismā		Neatrodas adresē
30.	Latvijas Nacionāli demokrātiskā partija		Nekandidē vēlēšanās
31.	Māras zeme		Ziņo, ka kandidē tikai Salaspilī, atsaka piedalīšanos
32.	Republikas atbalstīšanas apvienība		Pa telefonu nevēlas runāt, liek pateikt, ka nav mājās
33.	Sieviešu partija		Nekandidē vēlēšanās
34.	Tautas kopa "Brīvība"		Nekandidē vēlēšanās

*Partijas, kurām ar velokurjera starpniecību 2001. gada 13. un 14. februārī nosūtīja vēstules ar aicinājumu atbalstīt projektu, kā arī veidlapu par partijas izdevumiem un ieņēmumiem, bet kuras vai nu neatsaucās, vai telefoniski atteicās piedalīties projektā vai arī nebija sameklējamas oficiāli uzrādītajās adresēs.

Secinājumi

Projekts parādīja deviņu partiju gatavību lielākai atklātībai savu organizāciju finansēs, kā arī partiju vadītāju izpratni par nepieciešamību ne tikai publicēt datus, bet arī sadarboties ar sabiedriskajām organizācijām.

No apzinātajām 50 partijām projektā piedalījās tikai deviņas. No Saeimā ievēlētajām partijām projektā piedalījās tikai divas. Partiju vadītājiem šķita pietiekami, ka viņi veic likumā noteiktos pienākumus partiju ienākumu deklarēšanā, kaut arī tādā veidā ziņas par partiju tēriņiem vēlēšanu gadā pie vēlētājiem nonāk gadu vēlāk.

Piecas no tām 14 partijām, kuras pirms vēlēšanām apsolīja iesniegt projekta laikā pieprasītās atskaites, pēc vēlēšanām tās neiesniedza. Trīs partijas (TB/LNNK, JKP un TSP), kuras solījumu neizpildīja, ir pārstāvētas Saeimā.

Latvijas ceļš un Tautas partija iesniedza savas atskaites tikai pēc projekta veicēju papildus pūliņiem un atgādinājumiem.

Visas partijas, kuras atskaiti iesniedza laicīgi, bija to vidū, kuru priekšvēlēšanu izdevumi nepārsniedza 30 000 latu. Jaunais partiju finansēšanas likumprojekts paredz ieviest visām partijām šādu termiņu atskaišu iesniegšanai – mēnesi pēc vēlēšanām.

Neizpratni par nepieciešamību deklarēt partiju tēriņus pauda arī vairāki masu mediji. Tajos publicētajos komentāros apšaubītas sabiedrisko organizāciju tiesības pieprasīt šādu informāciju.

2.2 MASU MEDIJU IESAISTĪŠANA PROJEKTĀ

Projekta gaitā tika izsūtīts aicinājums masu medijiem atklāt ieņēmumus no partiju reklāmām. Mediju sniegtie dati ļautu precīzāk izvērtēt partiju sniegto skaitļu atbilstību reālajiem tēriņiem un sniegtu tiešas norādes par naudas plūsmu partiju kasēs.

Projekta aicinājumam atsaucās tikai daļa uzrunāto masu mediju. Dati atspoguļoti tabulā. Pielikumos atradīsiet medijiem izsūtīto anketu (6. pielikums), pilnu mediju sarakstu, kuri neatsaucās projekta aicinājumam (7. pielikums), kā arī pilnīgu no medijiem iegūto materiālu apkopojumu (9. pielikums).

Masu mediju iesaistīšanās projektā.

3. tabula.

Masu mediji	atbilde uz aicinājumu	deklarācijas iesniegtas
"Apollo" interneta portāls	atbalsta	ir
"Kurzemnieks"	atbalsta	ir
"Ventas Balss"	atbalsta	ir
"Auseklis"	atbalsta	ir
"Ogres Vēstis"	atbalsta	ir
"Diena"	atbalsta	ir
"Business & Baltija"	atbalsta	ir
radio "Business & Baltija"	atbalsta	ir
Latvijas radio	atbalsta	ir
"Radio SWH"	atbalsta	iesniegta kopsumma
Latvijas televīzija	saskaņojot ar partijām	iesniegta politiskās reklāmas cenu lapa; atsevišķu datu par partijām nav
"Tukuma Ziņotājs"	saskaņojot ar partijām	ir
SIA "TV3 Latvija"	saskaņojot ar partijām	nav
Radio Skonto	daļēji atbalsta, solot sniegt reklāmas kopsummu	iesniegta kopsumma
"Zemgales Ziņas"	daļēji atbalsta, solot sniegt reklāmas kopsummu	nav
"Novaja Gazeta"	daļēji atbalsta, solot sniegt reklāmas kopsummu	nav
Latvijas Kristīgais Radio	nav politiskās reklāmas	-
SIA Izdevniecības nams "Petits" ("Čas", "Subota", "Rīgas Santīms", "Latvijas Reklāma")	informāciju atsacījās sniegt tās konfidencialitātes dēļ	-
"Kurzemes Vārds"	informāciju atsacījās sniegt tās konfidencialitātes dēļ	-
Radio "Super FM"	projektu neatbalsta	-
"Dienas Business"	projektu neatbalsta	-

Secinājumi

Vairāki masu mediji izrādīja gatavību sadarboties un iesniedza datus par ieņēmumiem no partiju reklāmām, norādot konkrētu partiju. Nevienā citā valstī, kas ir starptautiskās organizācijas *Transparency International* redzes lokā, kur sabiedriskas organizācijas veikušas šādus projektus, mediju atsaucība nav panākta, tāpēc tas vērtējams kā projekta sasniegums.

Desmit mediji iesniedza pilnīgas ziņas, trīs mediji iesniedza kopsummas. Vēl citi mediji izteica gatavību sniegt ziņas, to saskaņojot ar reklāmdevējiem, lai nepārkāptu līgumu konfidencialitāti.

Privāto mediju iniciatīva projekta gaitā ir ļoti apsveicama. Jautājumus tomēr radīja sabiedriskā radio un TV atšķirīgās nostājas datu sniegšanā par reklāmu. Latvijas radio sniedz pilnu atskaiti, bet LTV norādīja tikai uz atlaižu politiku, kādu piemēroja politiskai reklāmai.

Projekta gaitā iegūtie dati par konkrētu partiju tēriņiem parāda, cik būtiska ir šī informācija, lai kontrolētu partiju tēriņus. Latvijas radio, laikraksta "Diena", "Apollo" interneta portāla, "Business un Baltija" radio sniegtie dati palīdzēja konstatēt nesaskaņas ar partiju sniegto informāciju (skat. Partiju izdevumu analīzi 21. - 36. lpp).

Dažās no mediju aizpildītajām anketām pausta vēlme pēc plašākas informācijas par projektu. Projektam tika pārņemta sasteigtība, tajā laikus neiesaistot masu saziņas līdzekļu pārstāvjus. Iespējams, monitorings saņemtu lielāku atsaucību no masu saziņas līdzekļu puses, ja tie laikus pagūtu izsvērt savu nostāju un informēt par to savus klientus.

Vairāki mediji puda gatavību sniegt datus, ja šī prasība būtu obligāta visiem. Tāpēc ir būtiska Nacionālās radio un televīzijas padomes iniciatīva - 2001. gada septembrī izstrādāts likumprojekts par priekšvēlēšanu aģitāciju. Tajā iekļauts pienākums elektroniskajiem medijiem ziņot gan par reklāmas apjomu, gan arī par reklāmas apmaksātāju.

3. PROJEKTA REZULTĀTI

3.1. PRIEKŠVĒLĒŠANU KAMPAŅAS IZMAKSAS

Projekta laikā aprēķinātās partiju priekšvēlēšanu reklāmas izmaksas no 2001. gada 1.janvāra līdz 11.martam ir bijušas Ls **1 047 029**. Reālās politiskās reklāmas izmaksas ir vēl lielākas, jo projekta laikā netika uzskaitīta visa reklāma. Visi uzskaitītie dati iekļauti 1. pielikumā.

Aprēķinātā summa veidojas no maksas par reklāmu, kas uzskaitīta BMF sniegtajos datos¹ un ziņu aģentūras LETA sagatavotajos reģionālās preses materiālos. Kopējās vēlēšanu kampaņas izmaksas apjoma ziņā ir lielākas, jo:

- 1) netika uzskaitīta reklāma pirms un pēc 2001. gada 1. janvāra -11. marta perioda;
- 2) vairākos medijos BMF dati ir fragmentāri, piemēram, ir daļēji dati no dažām radio stacijām, nav uzskaitīta vairāku kompāniju izvietotā vides reklāma;
- 3) projektā nebija iespējams veikt neatkarīgu izdevumu uzskaiti par reklāmām, kas ir izplatītas ar pasta starpniecību, kā arī par pašu vēlēšanu kampaņas sagatavošanu u.c.

Raugoties uz dažādu partiju izdevumu samēru, 85 % no kopējiem partiju reklāmas izdevumiem veido 4 lielākās partijas: Latvijas ceļš, Tautas partija, TB/LNNK un LSDSP. Projekta darba grupai ir pieejami tikai divu partiju pašu sniegtie dati, lai salīdzinātu izdevumus.

Pēc pašu partiju iesniegtajiem datiem, deviņu partiju (TP, LC, LDP, LZP, LVZS, LZS, NPP, MSN, KDS) vēlēšanu kampaņas izmaksas pārsniedz vienu miljonu latu – Ls **1 178 417**, ieskaitot kampaņas sagatavošanas un publicitātes izmaksas, bet ne telpu īri un darba samaksu. Latvijas ceļš vienīgais uzrādījis administratīvās izmaksas un darba samaksu vēlēšanu kampaņas organizēšanai.

Kopējā vēlēšanu kampaņā iztērētā summa ir lielāka, taču nav precīzi aprēķināma partiju neatsaucības dēļ.

BMF datu apstrāde

Lai iegūtu datus, kas pēc iespējas precīzāk atspoguļo partiju iztērēto naudu par reklāmu medijos, tika aprēķinātas reklāmas cenas, ņemot vērā vidējās atlaides, kādas pēc BMF datiem, tika pielietotas presē un televīzijā 2001. gada janvārī – martā. Presei šādas atlaides bija 25-35%, savukārt televīzijā 73% no cenu lapu cenas. Taču pēc Latvijas televīzijas (LTV) sniegtās informācijas, politisko partiju reklāmas izvietošanai netika piemērotas komercatlaides (skat. 9. pielikumu par LTV cenām politiskās reklāmas izvietošanai).

¹ BMF Gallup Media, Reklāmu monitorings 2001. gada janvāris – marts.

Cenai ar atlaidēm katrā medijā tika pierēķināts 18% pievienotās vērtības nodoklis, kuru partijām bija jāmaksā, izvietojot reklāmu.

Partiju deklarētās un projekta gaitā novērotās vēlēšanu kampaņas izmaksas

Projekta laikā tika salīdzinātas partiju deklarētās reklāmas izmaksas ar novērotajām. Partijas tika lūgtas uzrādīt arī kopējos kampaņas izdevumus. Tā kā netika uzskaitīta visa reklāma, partijas uzrādītajām summām vajadzēja būt lielākām par projekta datiem. Taču vairākas partijas par reklāmu deklarējušas mazākus izdevumus nekā uzskaitīts projektā.

Partiju deklarētās un projekta gaitā novērotās vēlēšanu kampaņas izmaksas

4. tabula

Partija*	I Partijas deklarētās vēlēšanu kampaņas izmaksas (Ls)	II Partijas deklarētās reklāmas izmaksas (Ls)	III Projekta noteiktās reklāmas izmaksas ar PVN (Ls)	IV Projektā noteiktās summas atšķirība no partiju deklarētās
LC	572 888	477 460	358 489	-35 %
TP	509 542	134 185	294 885	+48 %
LDP	46 342	30 273	39 976	+24 %
LZS	13 100	13 100	4772	- 72 %
LZP	32 938	31 977	17 386	- 51 %
NPP	1182	300	976	+ 69 %
LVZS	200	100	131	+ 24 %
MSN	688		457	
KDS	1537		1 821	
Kopā	1 178 417	687 395	717 072	

* Partiju nosaukumu atšifrējumi atrodami 4. pielikumā.

Atšķirība monitoringa rezultātā iegūtajos datos un partijas deklarācijās varētu būt radusies vairāku faktoru dēļ:

- 1) Projektā netika novērota visa politiskā reklāma priekšvēlēšanu laikā. Līdz ar to partiju uzrādītajiem reklāmas tēriņiem jābūt lielākiem par projektā uzskaitīto.
- 2) Atlaižu politika nav bijusi vienāda visām partijām. Atlaides ir atkarīgas no individuālas vienošanās un reklāmas biežuma. Lielākām partijām ar intensīvāku reklāmas kampaņu atlaides varētu būt lielākas. Taču jāpiebilst, ka šīs atšķirības atlaidēs nav izskaidrojamas tikai ar partijas lielumu un reklāmu raidīšanas biežumu. Piemēram, LC ir uzrādījis, ka ir iztērējis par 35% vairāk kā monitoringā uzskaitīts. Savukārt TP deklarētā summa ir par 48% mazāka nekā projekta ietvaros uzskaitītā. Reklāmas apjoms abām partijām neatšķiras tik būtiski kā summas, kuras abas partijas maksājušas par reklāmu. Pēc summas, kuru TP norādījusi kā

sagatavošanas izdevumus kampaņai, var spriest, ka daļa reklāmas apmaksāta jau sagatavošanas laikā vai arī netiek uzrādīta vispār.

- 3) Daļa novērotās reklāmas nav uzrādīta partiju deklarācijās, jo ir pasūtīta ar trešās personas starpniecību.
- 4) Reklāmas izvietojumam reģionālajā presē nav piemērotas tik lielas atlaides, cik vidēji centrālajai presei. Tādēļ mazās partijas, kuras reklamējušas galvenokārt reģionālajā presē, varētu būt maksājušas vairāk nekā monitoringa rezultātā vidēji aprēķināts.

Partijas un mediji neuzskaita individuālos partiju reklāmdevējus

Atsevišķos gadījumos mediju deklarētā summa par ieņēmumiem no kādas partijas ir ievērojami zemāka par uzskaitīto, un turklāt tā nav samērojama ar citu partiju deklarēto izdevumu un projektā uzskaitīto summu attiecību. Gan BMF sniegtajā materiālā, gan LETA atlasītajos materiālos par reģionālajā presē publicēto politisko reklāmu kā reklāmas devēji parādās atsevišķi partijas biedri.

Arī dažas politiskās partijas, sazinoties ar projekta darba grupas locekļiem, atzina, ka reklāmas kampaņu finansē paši partiju biedri un kampaņas finansēšana nenotiek centralizēti. Daļa reģionālo mediju vadītāju arī atzina šo problēmu, jautājot par individuālo reklāmu pasūtītāju atspoguļošanu projektam gatavojamā informācijā.

Spēkā esošais Politisko organizāciju (partiju) finansēšanas likums nosaka, ka visi finansu līdzekļu dāvinājumi (ziedojumi) jāpārskaita politiskās partijas bankas kontā, bet mantas dāvinājumi tieši jānodod politiskajai partijai. (6. pants (2) sadaļa). Tāpat ir aizliegts finansēt politiskās partijas, izmantojot trešo personu starpniecību (6. pants (3) sadaļa). Atbilstoši šim likumam visiem līdzekļiem, ko partija tērē, piemēram, reklāmas kampaņas finansēšanai, ir jābūt reģistrētiem partijā kā ziedojumiem, uzrādot ziedotāja vārdu, personas kodu un dzīvesvietu (fiziskām personām) vai juridiskām personām - nosaukumu, juridisko adresi, bankas iestādi un konta numuru.

Par likuma izpildi atbildīgai institūcijai būtu jādod vērtējums – vai vēlēšanu kampaņā novērotā prakse, ka indivīds samaksā kampaņas izdevumus, neregistrējot šo maksājumu kā ziedojumu partijai, ir pieļaujama spēkā esošā Politisko organizāciju (partiju) finansēšanas likuma ietvaros.

3.2. PARTIJU PRIEKŠVĒLĒŠANU KAMPAŅAS IZDEVUMI PRESEI SNIEGTAJĀ INFORMĀCIJĀ

Publiski pieejami ir presē publicētie dati par tēriņiem, kurus partijas ir sniegušas pirms un pēc vēlēšanām.

Partijas pirms vēlēšanām neprecīzi norāda plānotos izdevumus
Divas nedēļas pirms vēlēšanām partijas preseī ir sniegušas pirmās aplēses par kopējām kampaņas izmaksām .

Partiju plānotie un projektam deklarētie priekšvēlēšanu izdevumi 5. tabula

	Presē publiskotie plānotie priekšvēlēš anu kampaņu izdevumi ¹ (Ls)	Projektam iesniegtajās partiju deklarācijās uzrādītā summa (Ls)	Partiju deklarācijās uzrādītās summas pārsvars pār presē publiskotajām summām
LC	400 000	572 888	+ 43 %
TP	320 000	509 542	+ 59 %
TB/LNNK	300 000		
LSDSP	100 000		
LDP	100 000	46 342	- 53 %
PCTVL	25 000		
LZS	15 000	22 747	+ 50 %
LZP	10 000	32 938	+230 %

Piezīmes

¹Baiba Lulle, "Necer uz partiju atklātību", "Neatkarīgā Rīta Avīze", 2001. gada 27. februāris, 1. lpp.

Partijas preseī pirms vēlēšanām sniegušas norādes par mazākām summām nekā iztērējušas.

Četras no deklarācijas iesniegušajām partijām norāda, ka vēlēšanām iztērēta aptuveni par 50% lielāka summa nekā iepriekš paredzēts, vienai – LDP - par 50 % mazāka.

Latvijas Zaļās partijas tēriņi par 230% pārsniedz plānotos. Projekta gaitā konstatēts, ka lielā atšķirība ir skaidrojama ar mantiskā ziedojuma novērtēšanas metodiku, jo ievērojama daļa LZP kampaņā izmantotos līdzekļus veido tieši mantiskais ziedojums reklāmas veidā. Ja ziedotās reklāmas izmaksas aprēķina pēc tirgus cenām, tad LZP ir visprecīzāk uzrādījusi savus izdevumus ar novirzi tikai par + 12% (skat. sadaļu par LZP ieņēmumiem).

Secinājumi un ieteikumi

Pateicoties masu mediju interesei par partiju finansēm priekšvēlēšanu laikā, sabiedrībai bija iespējams uzzināt aptuvenas summas, ko partijas gatavojas tērēt. Lai arī aplēses bija aptuvenas, šie preseī sniegtie dati radīja iespēju projekta darba grupai salīdzināt preseī sniegtos datus ar projekta laikā iegūtajiem.

Līdz šim brīdim par vairākām Saeimā pārstāvētām partijām, piemēram, TB/LNNK, LSDSP un PCTVL vienīgais patlaban publiski pieejamais informācijas avots par kampaņas tēriņiem ir šo partiju pašu presē sniegtie dati par kampaņas izdevumiem.

Nemot vērā zemo partiju līdzdalību projektā, nav iespējams gūt pilnīgu ainu par kopējiem partiju priekšvēlēšanu tēriņiem un ienākumu avotiem. Taču to partiju, kuras nav piedalījušās projektā, preseī sniegtie dati ļauj izdarīt vispārējus secinājumus par partiju iztērēto, salīdzinot tos ar projekta laikā iegūtajiem datiem.

Tā kā jaunajā likumprojektā par partiju finansēšanu paredzēta priekšvēlēšanu kampaņas izdevumu publiskošana 20 dienas pirms vēlēšanām, partijām būs jābūt gatavām sniegt precīzus datus. Pašreizējā likumprojekta redakcijā (2001. gada jūlijs) nav noteikta partiju atbildība par neprecīzu datu sniegšanu. Nav arī noteikts, cik liela var būt atšķirība starp 20 dienas pirms vēlēšanām paziņotajiem datiem un reālajiem tēriņiem, kuri tiek saskaitīti pēc vēlēšanām. Projekta gaitā tika konstatēts, ka 5. tabulā minētās partijas iztērējušas par aptuveni 50% vairāk nekā publiskojušas (ar vienu izņēmumu). Lielākajām partijām šī starpība ir vairāk nekā 100 000 latu.

3.3. Partiju priekšvēlēšanu izdevumi

Partiju iesniegto deklarāciju un projekta veiktā monitoringa salīdzinājums sniedz padziļinātāku ieskatu tajā, kā partijas ir tērējušas naudu un kā tās atskaitījušās.

Šai nodaļā ir salīdzinošās tabulas par tām partijām, kuras datus iesniedza, kā arī projektā iegūtie dati par Saeimā pārstāvētajām partijām, kuras datus neiesniedza.

Partiju iesniegto deklarāciju kopijas skat. 8. pielikumā.

LATVIJAS CEĻŠ (LC)

LC ir iesniedzis deklarāciju par vēlēšanu izdevumiem, sniedzot papildus datus (skat. tabulu) par katru mediju atsevišķi. LC nav iesniedzis datus par 2001.gada ieņēmumu avotiem.

LC iesniegtajos datos par 2001. gadu kopsummās ir atskaites kļūda: nesaskan fizisko personu ziedojumu kopsummas– ir uzrādītas divas dažādas summas (skat. partijas atskaiti pielikumā).

Starpība starp partijas datiem un mediju monitoringā iegūtajiem datiem vislielākā ir radio un vides reklāmas pozīcijā. Datus par šiem medijiem BMF sniedza nepilnīgi.

Partijas uzrādītie dati par maksājumiem LTV pārsniedz novēroto reklāmas apjomu LTV. Savukārt LNT ir novērots vairāk reklāmas nekā partija uzrāda. Turklāt projekta gaitā iegūtie dati saskan ar aptuveno summu, kuru uzrādīja LNT darbinieki, tāpēc rodas jautājumi par partijas veikto uzskaiti.

LC vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi

6. tabula

Latvijas ceļš	Novērotās reklāmas izmaksas bez atlaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atlaidēm un PVN (Ls)	Latvijas radio Dati (ar PVN) (Ls)	Partijas dati (Ls)
Kampaņas plānošana un gatavošana				54 941
TV	578 876	220 376		222 169
LTV	41 730	49 241		82 600
LNT	416 037	132 549		82 600
TV3	97 870	31 181		39 000
TEM TV	23 240	7 404		5 900
Alter A				5 753
Radio	11 578	13 662	19 884	47 528
Presē	96 038	79 327		85 561
Vidē	38 241	45 124		103 547
Internetā		64***		8 423
Ar tiešo pastu				10 231
Publicitātes izmaksas				43 115
Administratīvie izdevumi*				11 300
Darba samaksa**				7 203
Citi izdevumi				2226
Reklāmas izdevumi	724 733	358 553		477 460
Kopā				596 245

*LC norāda, ka šī summa ir nepilnīga, jo nav iespējams nodalīt vēlēšanu kampaņas administratīvos izdevumus.

**Šīs summas LC sniedz ar piebildi, ka izdevumu daļa šajā pozīcijā ir augstāka. Pie darba samaksas uzrādītā summa ir darba samaksa centrālās vēlēšanu kampaņas organizatoriem. Vēlēšanu kampaņā tika iesaistīti arī darbinieki, kuri vēlēšanu kampaņā iesaistījās paralēli saviem tiešajiem pienākumiem. Nespējot izdalīt precīzu darba samaksu vēlēšanu kampaņas organizēšanai, LC sniedz darba samaksas kopsummu Ls 89 127 apmērā.

*** Interneta portāla "Apollo" dati.

TAUTAS PARTIJA (TP)

TP deklarētie reklāmas izdevumi ir ievērojami mazāki par LC deklarētajiem. Ņemot vērā kopējās reklāmas kampaņas izmaksas, šī starpība izlīdzinās. TP kampaņas plānošanai izlietojusi desmitkārt lielākus līdzekļus (attiecīgi Ls 368 220 – TP un Ls 33 810 - LC). Atšķirības vistīcāmāk meklējamas nevis abu partiju atšķirīgajā reklāmas tirgū, bet drīzāk kampaņas izdevumu uzskaites kārtībā.

Vislielākā starpība TP deklarētajās summās un projektā novērotajās ir attiecībā uz TV un radio reklāmu. Grūti konstatēt, vai partija nav deklarējusi visu raidlaiku, ja pieņem, ka daļa raidlaika apmaksāta kampaņas sagatavošanas laikā.

No Latvijas radio saņemtajās ziņās uzrādīts, ka no TP ir saņemti Ls 37 398 (ar PVN), kamēr pati TP visām radio reklāmām tērējusi Ls 1 775.

Interneta portāls “Apollo” uzrāda saņemto summu, bet TP to nav deklarējusi.

Tautas partija 2000. gadā norāda parādsaistības Ls 362 000 apjomā, bet par 2001. gada 1. janvāri-15. martu iesniegtajā atskaitē šī summa vairs neparādās. No datiem nav arī redzams, kā šī summa būtu dzēsta.

TP vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi 7. tabula

Tautas partija	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Latvijas radio dati (Ls)	Partijas dati (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana				368 220
TV	541 502	202 221		84 880
Radio	15 445	18 225	37 398	1 775
Presē	34 590	28 571		35 111
Vidē	38 871	45 868		3 525
Internetā		250**		0
Ar tiešo pastu				8 894
Publicitātes izmaksas				7 137
Darba samaksa				35 355
Administratīvie izdevumi				50 828
Citi izdevumi				2252
Reklāmas izdevumi, kopā	630 408	294 885		134 185
Kopā*				509 542
Ieskaitot darba samaksu, administratīvos un citus izdevumus				597976

*Darba samaksa un administratīvie izdevumi ietver arī šīs pozīcijas ārpus reklāmas kampaņas.

** Interneta portāla “Apollo” dati

TĒVZEMEI UN BRĪVĪBAI/LNNK (TB/LNNK)

Projekta gaitā dati par tēriņiem priekšvēlēšanu laikā netika saņemti. Tie joprojām nav pieejami plašākai sabiedrībai.

Deklarācijā par 2000. gadu TB/LNNK norāda, ka priekšvēlēšanu kampaņas izdevumiem ir iztērējusi Ls 157 275 un USD 10 323 .

TB/LNNK vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi

8. tabula

TB/LNNK	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Latvijas radio dati (Ls)	Partijas dati pēc preses publikācijām (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana				
TV	99 756	56 815		
Radio	14 756	17 412	22 410	
Presē	36 515	30 161		
Vidē	42 630	50 303		
Internetā				
Ar tiešo pastu				
Publicitātes izmaksas				
Darba samaksa				
Administratīvie izdevumi				
Kopā	193 657	154 691		
ieskaitot Darba apmaksu un administratīvos izdevumus				300 000

LATVIJAS SOCIĀLDEMOKRĀTISKĀ STRĀDNIKU PARTIJA (LSDSP)

Projekta gaitā dati par tēriņiem priekšvēlēšanu laikā netika saņemti. Tie joprojām nav pieejami plašākai sabiedrībai.

LSDSP vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi

9. tabula

LSDSP	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Latvijas radio dati (Ls)	Partijas dati pēc preses publikācijām (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana				
TV	93 086	39 962		
Radio	6080	7174	18 634	
Presē	41 144	33 985		
Vidē				
Internetā				
Ar tiešo pastu				
Publicitātes izmaksas				
Darba samaksa				
Administratīvie izdevumi				
Reklāmas izdevumi, kopā				
Kopā	140 310	81 121		
Ieskaitot Darba samaksu un administratīvos izdevumus				110 000

JAUNĀ KRISTĪGĀ PARTIJA (JKP)

Projekta gaitā dati par tēriņiem priekšvēlēšanu laikā netika saņemti. Tie joprojām nav pieejami plašākai sabiedrībai.

Jaunās kristīgās partijas vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi 10.tabula

Jaunā kristīgā partija	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Latvijas radio dati (Ls)	Partijas dati (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana				
TV	33 597	21 418		
Radio	1372	1619	4 876	
Presē	1532	1265		
Vidē				
Internetā				
Ar tiešo pastu				
Publicitātes izmaksas				
Darba samaksa				
Administratīvie izdevumi				
Kopā	36 501	24 302		
Ieskaitot darba samaksu un administratīvos izdevumus				

APVIENĪBA "PAR CILVĒKTIESĪBĀM VIENOTĀ LATVIJĀ" (PCTVL)

Projekta gaitā dati par tēriņiem priekšvēlēšanu kampaņas laikā netika saņemti. Tie joprojām nav pieejami plašākai sabiedrībai.

PCTVL no Saeimā pārstāvētām partijām ir bijuši vismazākie reklāmas izdevumi, kuri novēroti pētījuma gaitā.

PCTVL vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi

11. tabula

PCTVL	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Partijas dati pēc preses publikācijām (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana			
TV	7409	2361	
Radio	1178	1390	
Presē	4457	3681	
Vidē			
Internetā			
Ar tiešo pastu			
Publicitātes izmaksas			
Darba samaksa			
Administratīvie izdevumi			
Kopā	13 044	7220	
Ieskaitot darba samaksu un administratīvos izdevumus			25 000

LATVIJAS DEMOKRĀTISKĀ PARTIJA (LDP)

LDP izdevumus nav izdevies uzskaitīt pilnībā. Mediju novērošanā iztrūkst datu par radio un vides reklāmu.

Salīdzinot partijas piedāvātos skaitļus ar Latvijas radio sniegtajiem, parādās ievērojama neatbilstība. Latvijas radio no LDP saņēmis Ls 8931 (ar PVN). Savukārt LDP radio reklāmai tērējusi tikai Ls 3229. Jāpiebilst, ka monitoringā uzskaitītā reklāmas daļa Latvijas radio ir niecīga, novērotās reklāmas lielāko daļu veido reklāma Radio SWH+ (Ls 1044 bruto cenās).

Līdzīgas atšķirības ir vērojamas, salīdzinot reklāmas izdevumus pilnībā novērotajās preses un TV kategorijās - partijas norādītie izdevumi kopumā ir zemāki par novērošanas procesā iegūtajiem. Atšķirība no vidējās atlaižu summas par labu partijai liek šaubīties par partijas uzrādītās summas precizitāti vai arī atlaižu lielumu tieši LDP. Arī kampaņas plānošanai un sagatavošanai norādītā summa nesedz starpību starp novērotajiem un partijas norādītajiem datiem.

LDP vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi 12.tabula

LDP	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Latvijas radio dati (Ls)	Partijas dati (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana				11 537
TV	8 296	2 643		449
Radio	1 173	1 384	7 569	3 238
Presē	43 522	35 949		10 570
Vidē				10 260
Internetā				895
Ar tiešo pastu				4 862
Publicitātes izmaksas				4 542
Administratīvie izdevumi				12 086
Darba samaksa				12 094
Citi izdevumi				4 181
Reklāmas izdevumi	52 991	39 976		30 274
Kopā				46 353
Ieskaitot darba samaksu, administratīvos un citus izdevumus				74 714

LATVIJAS ZAĻĀ PARTIJA (LZP)

LZP deklarācija atšķiras ar lielu ziedotās reklāmas īpatsvaru.

Kā informēja LZP līdzpriekšsēdētājs Askolds Kļaviņš, mantiskā ziedojuma vērtība novērtēta, izmantojot bruto cenas. Izmantojot šādu vērtēšanas metodi, mantiskā ziedojuma vērtība vienā gadījumā pārsniedz vienas juridiskās personas atļauto ziedojuma summu (Ls 25 000). Tomēr reālā tirgus vērtība šim ziedojumam būs tuvāka neto cenām, kas, domājams, iekļautos Politisko organizāciju (partiju) finansēšanas likuma noteiktajos ierobežojumos.

LZP atskaitē daļa ziedojumu nav pārvērsti naudas izteiksmē (reklāma presē un radio), jo nav veikta to speciāla uzskaitē, bet dati balstās uz ziedotāju sniegto informāciju. Daļa no ziedojumiem nav uzskaitīta tabulā (piemēram U. Rūķīša organizētās kartinga sacensības, kurās aicināti piedalīties Rīgas pilsētas mēra kandidāti). Pilnu pārskatu par LZP reklāmas kampaņas izdevumiem skat. partijas deklarācijā pielikumā. LZP atskaitē ietvertā informācija par mantiskajiem ziedojumiem norāda uz nepieciešamību skaidri noteikt mantisko ziedojumu novērtēšanas metodiku un kritērijus.

Salīdzinot monitoringā un mediju atskaitēs iegūto informāciju ar partijas pašas sniegto, vislielākā neatbilstība vērojama radio "Business & Baltija" ievietotajā reklāmā, kur medija deklarētais un partijas deklarētais atšķiras gandrīz četrkārt. Pārējās partijas deklarētās summas kopumā atbilst uzskaitītajam.

Latvijas Zaļās partijas vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi 13. tabula

LZP	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Mediju dati	Partijas dati: izdevumi (Ls)	Partijas dati: ziedojumi (Ls)	Partijas dati: Kopā (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana						
TV	30 522	9 724		118	31 447	31 565
Radio*			Ls 69 ***	70		70
"Business & Baltija"	3 200 sek.	3 600 sek.			220x60 sek.	
Presē	7 472	6 171				
t.sk. Čas					3 000 cm ²	
t.sk. Vesti Segodna	2486 cm ²				2664 cm ²	
t.sk. Business & Baltija	2489 cm ²		3000 cm ²		3000 cm ²	
Vidē						
Internetā**						
Ar tiešo pastu				342	961	1 303
Publicitātes izmaksas						
Administratīvie izdevumi				1 150		1 150
Darba samaksa				2 227		2 227
Citi izdevumi						7 814
Reklāmas izdevumi				530	32 408	32 938

kopā						
Kopā	37 994	15 895		3 907	32 408	44 129

*17 h reklāmas “Super FM”, “Business & Baltija”, “Mix FM”

** 200 000 demonstrāciju baneru apmaiņā

*** Latvijas radio dati, kuros norādīts, ka summa saņemta no Jūrmalas Zaļās partijas

LATVIJAS ZEMNIEKU SAVIENĪBA (LZS)

LZS neizpildīja deklarācijas veidlapu, bet iesniedza deklarāciju brīvā formā, kurā reklāmas izdevumi tika uzskaitīti pa atsevišķām pozīcijām tikai kampaņai Rīgā.

Salīdzinot ar mediju datiem, partijas sniegtie izdevumi tikai nedaudz atšķiras par labu laikrakstam "Diena", kurš no partijas saņēmis par Ls 40 vairāk nekā partija deklarējusi.

LZS deklarējusi daudz lielākus izdevumus par TV reklāmu, nekā uzrādīja monitorings. Pēc partijas sniegtajām ziņām, šajā summā iekļauta gan reklāmas izgatavošana, gan raidīšana LTV 1. programmā.

Presē uzrādītās reklāmas apjoms atšķiras no projektā uzskaitītā, jo pēc partijas priekšsēdētāja Jāņa Brigmaņa sniegtās informācijas LZS kampaņa ārpus Rīgas tika sponsorēta no pašu kandidātu kabatām un centrāli netika uzskaitīta. Dati par kampaņām ārpus Rīgas ir norādīti kā partijas "pārējās izmaksas" un ir aplēsti aritmētiski (pēc J. Brigmaņa vārdiem – nav ievākta konkrēta informācija no rajoniem, tāpēc rēķināts, ka katrā rajonā tiek iztērēts Ls 500).

Latvijas Zemnieku savienības vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi 14. tabula

LZP	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Partijas dati: Rīga (Ls)	"Dienas" dati (Ls)	Partijas dati: pārējās izmaksas (Ls)	Partijas dati: kopā (Ls)
TV	1 298	1 532	3 537			
Radio			455			
Presē	3 923	3 240	500			
t.sk. "Diena"	225	199	324	364		
Vidē*			1 650			
Internetā						
Ar tiešo pastu**			3 505			
Reklāmas izdevumi	5 221	4 772	9 647			
Publicitātes izdevumi***			300			
Citi izdevumi			600		13 100	
Kopā			10 547		13 100	23 647

* šeit summēti izdevumi plakātu izgatavošanai un izlīmēšanai.

** šeit summēti izdevumi ielūgumiem uz koncertiem, partijas avīzēm un atklātņu izgatavošanai.

***partija tos definējusi kā prezentācijas izdevumus.

NACIONĀLĀ PROGRESA PARTIJA (NPP)

NPP nav deklarējusi nevienu reklāmas veidu (skat. tabulu). Monitoringā konstatēts, ka partijai presē parādījusies reklāma, kas vidēji būtu izmaksājusi ap Ls 976. Jāatzīmē, ka šī summa divkārt pārsniedz partijas ienākumus 2001. gadā. Ja pieņem, ka reklāma presē nepareizi deklarēta kā publicitāte, nav skaidra izcelsme līdzekļiem, kas izlietoti pārējo 2/3 reklāmas izdevumu segšanai. Iespējams, reklāmu finansējusi trešā persona, kura partijas deklarācijā nav uzrādīta. Deklarācija aizpildīta neprecīzi. 2000. gada deklarācijā partija visus izdevumus Ls 2088 apmērā norādījusi pie ailītes "citi izdevumi".

Nacionālās progresas partijas vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi 15. tabula

NPP	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Partijas dati (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana			
TV			
Radio			
Presē	1 182	976	
Vidē			
Internetā			
Ar tiešo pastu			
Publicitātes izmaksas			300
Saimnieciskās darbības izmaksas			100
Administratīvie izdevumi			50
Darba samaksa			
Reklāmas izdevumi	1 182	976	300
Kopā			450

MĒS SAVAM NOVADAM (MSN)

Arī **MSN** deklarāciju aizpildījusi neprecīzi (skat. tabulu). Atšķirībā no NPP nedeklarētā summa preses sadaļā ir samērojama ar izdevumiem, kas uzrādīti kampaņas plānošanas un sagatavošanas pozīcijā. Līdz ar to neatbilstību varētu skaidrot ar neprecīzu deklarācijas aizpildīšanu.

Mēs savam novadam vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi **16. tabula**

MSN	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Partijas dati (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana			688
TV			
Radio			
Presē	553	457	
Vidē			
Internetā			
Ar tiešo pastu			
Reklāmas izdevumi	553	457	
Kopā			688

LATVIEŠU ZEMNIEKU SAVIENĪBA (LVZS)

LVZS sniegtie dati kopumā atbilst monitoringa rezultātā iegūtajiem, ja pieņem, ka partija guvusi atlaides 24 % apmērā no vidējās atlaižu summas.

Latviešu Zemnieku savienības vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi 17.tabula

LVZS	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Partijas dati (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana			100
TV			
Radio			
Presē	159	131	100
Vidē			
Internetā			
Ar tiešo pastu			
Publicitātes izmaksas			
Reklāmas izdevumi	159	131	100
Citi izdevumi			39
Kopā			239

KRISTĪGI DEMOKRĀTISKĀ SAVIENĪBA (KDS)

KDS finansu deklarāciju aizpildījusi neprecīzi, taču reklāmas izdevumi ir samērojami ar izdevumiem, kas uzrādīti kampaņas plānošanai un sagatavošanai.

Kristīgi demokrātiskās savienības vēlēšanu kampaņas un reklāmas izdevumi

18.tabula

KDS	Novērotās reklāmas izmaksas bez atmaidēm (Ls)	Novērotās reklāmas izmaksas ar atmaidēm un PVN (Ls)	Partijas dati (Ls)
Kampaņas plānošana un sagatavošana			1 537
TV			
Radio			
Presē	2 204	1 821	
Vidē			
Internetā			
Ar tiešo pastu			
Publicitātes izmaksas			
Administratīvie izdevumi			
Darba samaksa			
Reklāmas izdevumi	2 204	1 821	
Kopā			1 537

Secinājumi un ieteikumi

Četras Saeimā pārstāvētās partijas (TB/LNNK, PCTVL, JKP, LSDSP) joprojām nav publiskojušas pašvaldību vēlēšanās iztērētās summas un finansu ieguves avotus. Ja partijas uzskata atklātību finansēs par būtisku savās attiecībās ar vēlētājiem, tad pēc vēlēšanām pastāvēja dažādas iespējas, kā sabiedrībai publiskot finansu informāciju. Taču partijas to nav darījušas. Šajā pētījumā publicētie skaitļi būs noderīgi 2002. gada pavasarī, kad partijas iesniegs ar likumu pieprasītos finansu pārskatus par 2001. gadu. Lai arī Uzņēmumu reģistram iesniedzamās atskaites nav tik detalizētas, kā tās, kas tika lietotas projekta gaitā, tās var kalpot par pamatu salīdzinājumam par partiju iztērēto pašvaldību vēlēšanu kampaņā.

Partijām, kas iesniedza deklarācijas, vairākos gadījumos neatkarīgi uzskaitītā reklāmas summa ir lielāka nekā partijas norādītā. Tā kā projektā netika uzskaitīta visa reklāma, tad summai vajadzētu būt vai nu vienānai, vai mazākai. Īpaši televīzijā, kur projekts novērotās reklāmas izmaksas aprēķināja pēc lielākajām tirgū esošajām atlaidēm.

Atšķirību iemesli partiju sniegtajos datos un projektā uzskaitītajos var būt šādi:

- a. atšķirīgais uzskaitījums, piemēram, partija daļu no reklāmās iztērētās naudas norādījusi pie sagatavošanas izdevumiem (partijas norādītā summa mazāka nekā uzskaitītā) vai otrādi – pie iztērētās summas pievienojusi arī reklāmas izgatavošanu vai TV reklāmas ziedojumu uzskaitījusi pēc cenu lapas, nevis reālajām izmaksām (partijas summa lielāka),
- b. nauda maksāta arī par reklāmu, kura publicēta, pārraidīta ārpus reklāmai atvēlētā laika un laukuma – raidījumu un publikāciju veidā,
- c. reklāmas apmaksājuši paši kandidāti no individuāliem budžetiem, bet tā uzskaitīta kā partiju reklāma,
- d. reklāmu apmaksājis partijas sponsors tieši medijam, tāpēc tā neparādās partiju uzskaitē, bet atpazīstama kā partijas reklāma.

Ieteikumi

Par atskaites veidlapu

Projekta laikā ieviesto paplašināto atskaites veidlapu varētu izmantot par pamatu, izstrādājot šāda veida dokumenta paraugu jaunajam likumprojektam par partiju finansēšanu.

Lai nodrošinātu kvalitatīvāku pārraudzību pār partiju tēriņiem, ir lietderīgi prasīt sīku pārskatu par reklāmu katrā medijā. Par detalizēta pārskata priekšrocībām var pārliecināties, salīdzinot LC un citu partiju iesniegtās atskaites.

Ir strikti jādefinē, kādas izmaksas iekļaujamas katrā ailē un kā tās aprēķināmas. Ja partija, piemēram, televīzijas reklāmu nopērk gadu

pirms vēlēšanām un ieraksta kampaņas plānošanas izdevmos (kā TP gadījumā), tad ir apgrūtināti kontrolēt partijas tēriņus.

Par bezprocentu aizdevumu novērtēšanu

Partiju ieņēmumu analīze uzrāda problēmzonu, kas saistīta ar bezprocentu aizdevumiem partijām. Procenti, kurus partijai nāktos maksāt, ja šo naudu aizņemtos kredītiestādē, būtu uzskatāmi par ziedojumu partijai. Uz to būtu jāattiecinā ziedojumu ierobežojumi.

Par mantisko ziedojumu novērtēšanu

Svarīgi ir likumdošanas ceļā risināt jautājumu par ziedojumu novērtēšanu, jo projekta gaitā atklājās, ka nav vienotu standartu dažādu ziedojumu, piemēram, reklāmas uzskaitījumam. Bez šādiem vienotiem standartiem partijai draud nonākt šķietamā pretrunā ar likumu, lai arī, maksājot par šo pakalpojumu, ziedojumu limits pārkāpts netiktu.

Par individuālo kampaņu un reģionālo kampaņu uzskaiti

Projekts parādīja, ka partijas neveic uzskaiti par partiju biedru individuālām kampaņām. Partijām jāuzliek par pienākumu reģistrēt un kontrolēt individuālās kampaņas un to finanses.

Vairāku partiju nodaļas kampaņu realizējušas bez saskaņošanas un ziņošanas partijas centrālajam aparātam, lai arī nodaļām nav juridiskas personas statusa. Tas liecina, ka daļa partiju naudas netiek uzskaitīta. Saeimas vēlēšanu laikā vērojama mazāka decentralizācija, tomēr individuāls atbalsts partijai joprojām ir iespējams.

Likumdošanā jārisina jautājums par partijas atbildību deklarējot visus ar partijas vārdu saistītos izdevumus.

3.4. PARTIJU IEŅĒMUMI

Partiju priekšvēlēšanu izdevumu monitorings ir cieši saistāms ar partiju ieņēmumiem. Pirmkārt, ieņēmumu analīze atbild uz jautājumu, kur partijas ņēmušas līdzekļus priekšvēlēšanu kampaņas izdevumu segšanai. Otrkārt, ieņēmumu analīze dod ieskatu, kādi ir katras partijas lielākie sponsori. Treškārt, ieņēmumu analīzē var identificēt riska zonas – jo lielāku īpatsvaru kādas partijas ieņēmumos ieņem individuāls ziedotājs, jo uzmanība būtu pievēršama partijas lēmumu, balsojumu, pozīciju analīzei, lai noskaidrotu, vai partija īsteno savu partijas programmu, aizstāvēt vēlētāju intereses, vai tomēr priekšroku dod konkrētā ziedotāja interesēm.

Politisko organizāciju (partiju) finansēšanas likums nosaka ziedojumu ierobežojumus. Gan fiziskām, gan juridiskām personām ir atļauts ziedot ne vairāk kā Ls 25 000 kalendārajā gadā. Līdztekus iecerētām normām par partiju finansēšanu no valsts budžeta jaunais likumprojekts par partiju finansēšanu vēl vairāk ierobežotu atļauto ziedojumu summu. Likumprojektā paredzēts, ka fiziskai personai būs atļauts ziedot ne vairāk kā Ls 1 000 kalendārajā gadā, bet juridiskai personai – Ls 5 000.¹

Partiju ieņēmumu analīze rāda, ka tām partijām, kurām ziedotāju lokā spilgti iezīmējas lielais individuālais ziedotājs, jaunās likumprojekta normas cirstu lielu robu budžetā. Partijas var zaudēt no 30 līdz pat 80% no esošā finansējuma, ja tām saglabātos līdzīga ziedojumu struktūra kā līdz šim.

ASV un citu valstu pieredze liecina, ka ziedojumu summu ierobežojumi var tikt apietī mākslīgā ceļā, tāpēc lielāka uzmanība ir jāvelta partiju donoru un viņu ienākumu kontrolei. Pašlaik netiek pārbaudīta ne ziedotāju maksātspēja, ne arī tas, vai sarakstā minētie cilvēki ir ziedojuši partijai. Lai arī ienākumu kontrole nebija pētījuma uzdevums, efektīva ziedotāju pārbaude ir ļoti būtiska, lai caur fiziskām personām partijās netiktu iepludināta nezināmas izcelsmes nauda.

Turpinājumā Saeimā pārstāvēto partiju un papildus divu atskaites iesniegušo partiju ieņēmumu struktūra

LATVIJAS CEĻŠ (LC)

LC ieņēmumi 2000.gadā bija Ls **621 926**, no kuriem 55% veidoja juridisko personu ziedojumi, 45% fizisko personu ziedojumi.

2001. gadā pārskata periodā LC ieņēmumi sasniedza Ls **243 268**, no kuriem 44% veidoja juridisko personu ziedojumi un 56% fizisko personu ziedojumi.

LC ieņēmumu analīzi apgrūtina fakts, ka LC nav iesniedzis informāciju par ziedotājiem 2001.gadā. Šī informācija likuma noteiktajā kārtībā ir publiskojama, bet likums to prasa darīt tikai līdz 2002.gada martam. LC

¹ Pilnu likumprojekta tekstu skat. <http://www.delna.lv>

neizrādīja gatavību nodot atklātībā šo informāciju pirms likumā paredzētā termiņa.

LC ir ievērojams skaits fizisko personu, kuras ziedo salīdzinoši lielas summas. No 65 ziedotājiem, 41 ziedotājs 2000. gadā ziedoja summas, kas pārsniedz Ls 1000. No tiem – 6 ziedoja summas, kas mērāmas padsmīt tūkstošos latu, un viens ziedotājs pārsniedza divdesmit tūkstošu latu robežu.

Arī juridisko personu vidū dominē lielais ziedotājs. No 32 ziedotājiem 26 ziedoja summas, kas pārsniedz Ls 5000. Četri ziedoja vairāk kā Ls 20 000, bet tikai 6 ziedoja summas, kas ir mazākas par Ls 5000.

TAUTAS PARTIJA (TP)

TP ieņēmumi 2000. gadā bija Ls **578 392**. Juridisko un fizisko personu saziēdotās naudas īpatsvars bija vienāds. Ievērojamu dominanti iezīmē trīs juridiskās personas (SIA "Ave Lux", s/o "Politiskās izglītības fonds", SIA "Uzņēmumu vadība un konsultācijas") un viena fiziskā persona (A. Šķēle), kuras ziedoja maksimālo atļauto summu – katrs Ls 25 000. Kopā šie četri ziedojumi veido gandrīz pusi 2000. gadā saziēdoto līdzekļu. Bet ieņēmumu ainā visspilgtāk iezīmējās nevis ziedojums, bet bezprocentu aizdevumi par kopsummu Ls 362 000, kas ir 62% no ieņēmumu kopsummas.

2001. gadā pārskata periodā TP ieņēmumi sasniēdza Ls **46 674**, no kuriem 69% veidoja juridisko personu ziedojumi un 30% - fizisko personu ziedojumi. Vienu procentu veidoja mantiskie ziedojumi un citi atļautie ieņēmumi. Jāatzīmē, ka no juridisko personu ziedojumiem 2001. gadā, pusi veido vienas juridiskās personas - a/s "U. Pīlēna biroja" - ziedojums.

2000.gadā TP saņēma bezprocentu aizdevumus no E.Šķēdera Ls 52 000 apjomā un no s/o "Politiskās izglītības fonda" Ls 310 000 apjomā. TP parādsaiētibas uz 2000. gada beigām bija Ls 362 000. 2001.gada pārskata perioda beigās TP parādsaiētibas bija vairs tikai Ls 3029,55. Tomēr TP finansu deklarācija nesniēdz atbildi uz jautājumu – kā šis parādsaiētibas ir likvidētas. 2001. gada deklarācijā neparādās neviens maksājums, kas būtu identificējams kā šīs summas atmaksa aizdevējam. 2001.gada pārskata periodā partijas izdevumi kopā ir tikai Ls 48 966,01. Kredīta dzēšanas izmaksas atzīmētas kā Ls 0. Ja parāds ir ticis atlaists, šādai summai būtu jāparādās kā ziedojums partijai. Tomēr ieņēmumu uzskaitījumā šāda apjoma ziedojumu nav. Šāda apjoma ziedojumi pārsniēgtu likumā noteikto ierobežojumu.

Bezprocentu aizdevuma esamība partiju finansēšanā prasa arī skaidrojumus no atbildīgajām valsts institūcijām – kā šādi aizdevumi ir jāatspoguļo partijas finansiālajās atskaitēs. Vai aizdevumi ir vai nav pakļauti ziedojuma apjoma ierobežojumiem? Vai tā nauda, ko partija ir ieguvusi, nemaksājot tirgū pastāvošos procentus par šādu aizņēmumu, nebūtu uzskatāma kā ziedojums un pakļaujama ziedojuma apjoma ierobežojumam?

Juridiski fonds ir veidojums, kas piesaista citu personu līdzekļus. Būtu nepieciešams atbildīgo iestāžu vērtējums, vai s/o "Politiskās izglītības fonds" ziedojumi (un aizdevumi) ir uzskatāmi par likumīgiem, ņemot vērā Politisko organizāciju (partiju) finansēšanas likuma aizliegumu finansēt partijas, izmantojot trešo personu starpniecību¹.

TĒVZEMEI UN BRĪVĪBAI/LNNK (TB/LNNK)

Lai arī TB/LNNK solīja iesniegt pārskatu par 2000. gada priekšvēlēšanu izdevumiem un 2001. gada izdevumiem, solījums pildīts netika. Tāpēc aplūkojam tikai 2000. gada ieņēmumus.

2000. gadā TB/LNNK ieņēmumi bija Ls **196 615** un USD **22 224**, no kuriem 55% veidoja juridisko personu ziedojumi, 45% - fizisko personu ziedojumi.

Līdzīgi kā LC, arī TB/LNNK ir daudz lielo ziedotāju, kopumā 75% no visiem naudas devējiem. Īpaši tas attiecas uz mērķziedojumiem vēlēšanām. Tikai viens ziedotājs devis Ls 1000, bet pārējie 27, sākot no Ls 3000 un vairāk. Deviņi cilvēki ziedojuši no Ls 10 000 līdz 15 000. Vispārējos ziedojumos 13 no 31 cilvēka ziedojuši vairāk nekā Ls 1000. Kopējais ziedotāju saraksts nav garš – 55 cilvēki.

LATVIJAS SOCIĀLDEMOKRĀTISKĀ STRĀDNIEKU PARTIJA (LSDSP)

LSDSP ieņēmumi 2000. gadā bija Ls **49 717** jeb gandrīz 10 reizes mazāk nekā LC un TP. Partija nav saņēmusi nevienu juridiskās personas ziedojumu.

Partijai ziedojušas 92 fiziskās personas. Tikai 11 ziedojumi pārsniedz Ls 1000 ziedojumu robežu. Lielākie ziedojumi ir Ls 7715, Ls 3410 un Ls 2900 lieli.

JAUNĀ KRISTĪGĀ PARTIJA (JKP)

2000. gadā JKP ir bijusi atkarīga no četriem ziedotājiem – divām fiziskajām un divām juridiskajām personām, kas kopā ziedojuši Ls **80 730**.

Divas juridiskās personas ziedojušas summu, kas ir tuvu maksimālajai atļautajai summai – Ls 25 000. Viens no ziedotājiem ir s/o "Baltijas stabilitātes fonds". Līdzīgi kā citām partijām, savu vērtējumu par fonda klātbūtni JKP ziedojumu sarakstā būtu jādod atbildīgai iestādei.

APVIENĪBA "PAR CILVĒKTIESĪBĀM VIENOTĀ LATVIJĀ" (PCTVL)

Apvienības četrām partijām 2000. gadā pēc Uzņēmumu reģistram iesniegtajiem datiem, bijuši ļoti mazi ieņēmumi. Krievu partija un Latvijas Sociālistiskā partija ziedojumus nav saņēmušas, pēdējai nav iekasēta pat biedru nauda.

¹ Politisko organizāciju (partiju) finansēšanas likums, 6.pants 3.,4.daļa, pilnu tekstu skat. <http://www.delna.lv: tiesību normas>

Tautas saskaņas partija ir saņēmusi ziedojumus Ls 2000,60 apjomā, bet kustība "Līdztiesība" Ls 920.

LATVIJAS ZAĻĀ PARTIJA (LZP)

LZP ieņēmumi 2000. gadā bija Ls **4097**. Ieņēmumus veidoja tikai fizisko personu ziedojumi. 2001. gadā pārskata periodā LZP ieņēmumi sasniedza Ls **36 226**, no kuriem 7% veidoja juridisko personu ziedojumi, 4% - fizisko personu ziedojumi. Lielāko īpatsvaru – 89% - veidoja mantiskie ziedojumi. 2001. gada ieņēmumos absolūtā dominante ir vienai juridiskai personai – SIA "Pro 1", kuras mantiskais ziedojums veido 85% no kopējiem ieņēmumiem pārskata periodā.

SIA "Pro 1" mantiskais ziedojums bija raidlaiks. Mantiskā ziedojuma vērtība – Ls 30 881. Šāda summa pārsniedz likumā atļauto summu. Taču pēc partijas sniegtās informācijas, mantiskais ziedojums ir novērtēts atbilstoši cenu lapas reklāmas cenām, t.i. bez atlaidēm. Ja tiktu izmantota cena, kura ietver priekšvēlēšanu periodā tirgū pastāvošās atlaides, šī ziedojuma summa, domājams, iekļautos likumā noteiktajās robežās.

2000. gadā LZP ziedoja 12 fiziskās personas un 2001. gadā 6 fiziskās personas. No 6 juridiskajām personām, kas 2001. gada ziedoja LZP, lielākais individuālais ziedojums ir Ls 1000 apjomā no SIA "Skonto būve".

LATVIJAS DEMOKRĀTISKĀ PARTIJA (LDP)

LDP ieņēmumi 2000. gadā bija Ls **46 531**. Fizisko personu ziedojumi veidoja 69% no šīs summas, bet juridisko personu – 31%. 2001. gadā pārskata periodā LDP ieņēmumi bija Ls **24 686**, no kuriem 27% veidoja juridisko personu ziedojumi, 73% - fizisko personu ziedojumi.

Būtu nepieciešams atbildīgo iestāžu vērtējums par LDP saņemto ziedojumu likumību, jo arī LDP ziedotāju sarakstā ir fonds – "ASF Sadarbība", ar Ls 13 000 ziedojumu 2000. gadā.

Secinājumi un ieteikumi

Ieņēmumu analīze uzrāda nepieciešamību atbildīgajām iestādēm izteikt vērtējumu par dažādu fondu ziedojumiem partijām, jo šādus ziedojumus varētu uzskatīt par ziedojumiem no trešajām personām, kas ir aizliegts ar likumu. Vairāku partiju atskaitēs par 2000. un 2001. gadu fondi uzrādīti kā ziedotāji. Tāpat nepieciešams skaidrojums par aizdevumiem – kā tos atspoguļot partiju ieņēmumos, it īpaši ja aizdevums ir bezprocentu aizdevums, t.i. - ar ziedojuma pazīmēm.

Partiju ieņēmumu analīze iezīmē riska zonas – atsevišķu ziedotāju lielais īpatsvars partiju finansēs. Lielās partijās šīs riska zonas meklējamas tur, kur lieli ziedotāji veido būtisku īpatsvaru partijas budžetā. Mazajās partijās riska zona iezīmējās vēl skaudrāk, jo pats ziedotāju skaits nepārsniedz pāris desmitus, dažām partijām - pat nerasniedzot desmit. Lai gan tas ir ārpus šī pētījuma uzdevumiem, nākotnē vērtīgs pētījuma objekts būtu analizēt lielo ziedotāju interešu atspoguļojumu partijas lēmumos un darbībā.

Lai apgrūtinātu ziedotāju falsifikāciju, jāievieš ikmēneša ziedotāju saraksta uzrādīšana atbildīgai institūcijai un internetā. Piemēru šāda saraksta publiskošanai šobrīd rāda Einars Repše, kurš kopš ziedojumu vākšanas uzsākšanas jaundibināmai partijai ir publiskojis oficiālas izdrukas no bankas kontiem, kurā nauda tiek ieskaitīta.

4. SLĒPTĀ REKLĀMA¹

Slēptā reklāma ir tāda publikācija, raidījums vai informācija, kura tapusi reklāmas nolūkos, taču netiek uzrādīta kā reklāma. Slēptā reklāma, pirmkārt, maldina lasītāju vai klausītāju. Ja politiskā reklāma ir slēpta, vēlētājs tiek maldināts. Latvijas sabiedrības uzticība medijiem ir augsta. Pasniedzot reklāmu bez norādes, šī uzticība tiek izmantota. Ilgākā laika posmā šāda mediju stratēģija var novest pie strauja sabiedrības uzticības krituma medijiem. To, ka daļa sabiedrības asi un kritiski reaģēja uz iespējamu slēptu reklāmu medijos, parādīja diskusijas presē un interneta portālos.

Ne vienmēr slēptā reklāma var tikt apmaksāta naudā vai realizēta kā bartera darījums, kurus var uzskatīt par pārkamības pazīmi vārda tiešā nozīmē. Slēptā reklāma var parādīties pazīšanās vai draudzības saišu izmantošanas rezultātā, vai arī mediju vadītāju vai žurnālistu politisku simpātiju rezultātā. Taču jebkurā no šiem gadījumiem auditorijai tiek liegta iespēja vienlīdzīgi iepazīties ar visiem kandidātu sarakstiem un programmām.

Slēptā reklāma televīzijā

Pārrunas ar mediju vadītājiem liecina, ka televīzijas raidlaiku ārpus reklāmai paredzētā laika pārdod partijām komercnolūkos. Raidījumos, kuros konstatēta slēptā reklāma, ārpus vēlēšanu laika vērojama dažādu produktu un firmu reklamēšana. Tāpēc, risinot jautājumu par to, kā ierobežot slēpto reklāmu priekšvēlēšanu laikā, vienlaikus ir jāpievēršas arī jautājumam par slēpto komercreklāmu elektroniskajos medijos.

Projekta gaitā TV ziņu raidījumos visās televīzijās neparādījās gadījumi, ko varētu uzskatīt par slēpto reklāmu.

Radio un televīzijas likums paredz, ka reklāmai atvēlētais laiks katrā raidlaika stundā nedrīkst pārsniegt 20% jeb 12 minūtes raidlaika. Taču novērotās partiju apmaksātās intervijas ar deputātu kandidātiem vairs nav žurnālistikas produkts, bet reklāma, kas turklāt bieži pārsniedz likumā atļautās 12 minūtes stundā.

Atbildīgajām valsts institūcijām pirms nākamajām vēlēšanām būtu jāsniedz skaidrojums – vai apmaksāti raidījumi ir vai nav traktējami kā reklāma Radio un televīzijas likuma nozīmē.

Vairāki elektronisko mediju vadītāji izrādīja gatavību piemērot nepieciešamās normas, ja tās noteiktu visiem vienādus spēles noteikumus. 2001. gada rudenī Nacionālā Radio un televīzijas padome izstrādāja Priekšvēlēšanu aģitācijas likumprojektu, kurš reglamentē partiju kandidātu parādīšanos ēterā (televīzijā un radio) priekšvēlēšanu laikā. Pašlaik norit diskusijas par šo likumprojektu. Svarīgs punkts likumprojektā ir pienākums partijām ziņot par politiskās reklāmas apjomiem un saņemtajām summām.

¹ Pilns pētījums ir pieejams SFL un Delnas mājas lapā:
<http://www.delna.lv>, <http://www.sfl.lv/jaunumi.htm>

Par LNRTTP izpratni šajā jautājumā liecina pētījums par politisko procesu un politiku atspoguļojumu, ko padome bija pasūtījusi pašvaldību priekšvēlēšanu kampaņas laikā. Pētījumā paustie secinājumi sakrīt ar projekta secinājumiem. Lai arī abu pētījumu kritēriji tika veidoti atsevišķi, vieni un tie paši raidījumi konstatēti kā slēptās reklāmas paraugi.

Slēptā reklāma presē

Presē konstatētie slēptās reklāmas gadījumi lielākoties attiecās uz mediju neapdomīgu politiku attiecībā uz aprakstāmajām partijām, un, visticamāk, ka par lielāko daļu publikāciju partijas papildus maksājušas netika.

Vairāki mediji klaji atbalstīja kādu noteiktu politisku spēku. Taču tika fiksētas arī reklamējoša rakstura publikācijas, kuras nebija nedz apzīmētas kā apmaksāta reklāma, nedz arī saskanēja ar laikraksta pausto politisko nostāju.

2001. gada aprīlī vairāki laikraksti parakstīja ētikas kodeksu. Kodeksa papildināšana un diskusijas par atbildību lasītāju priekšā, kā arī kopīgiem spēles noteikumiem varētu veicināt sabalansētākas politiskās informācijas publicēšanu pirms nākamajām Saeimas vēlēšanām.

Slēptās reklāmas kritēriji

Darba grupa izvirzīja vairākas pazīmes, kas varētu liecināt par iespējamu slēptās reklāmas klātbūtni, vienlaikus atzīstot, ka šīs pazīmes var liecināt arī par neprofesionālu žurnālistiku.

Darba grupa apzinājās, ka monitoringa kritēriju piemērošana neļaus nepārprotami konstatēt slēpto reklāmu medijos, bet gan norādīs uz būtisku žurnālistikas profesionālo un ētikas principu pārkāpšanu, kas var būt gan preses uzpirkšanas, gan arī neprofesionalitātes rezultāts. Projekta uzdevums bija aktualizēt šo problēmu un norādīt uz iespējamo riska zonas mērogu Latvijas masu medijos.

Darba grupa respektēja redakciju tiesības uz viedokli, tādēļ slēptās reklāmas monitoringa ietvaros netika analizēti preses izdevumu žurnālistu un redaktoru komentāri, taču tika sekots uzskatu plurālisma ievērošanai viedokļu lapās.

Monitoringa veicēji balstījās uz šādiem kritērijiem:

1) materiāls (izņemot komentārus) ir vienpusīgs vai nekritisks:

- piemēram, ziņu materiālā trūkst būtiskas informācijas vai iesaistītās puses viedokļa, kritiskas attieksmes pret avotiem,
- intervijā tiek uzdoti tikai patīkami vai tikai nepatīkami jautājumi, redzama žurnālista attieksme,
- materiālā bieži ir atsauces uz neoficiālu informāciju, anonīmiem avotiem,
- rakstos bieži izmantoti emocionālas nokrāsas vārdi, kas rada slavējošu vai peļošu iespaidu,

- vienpusība viedokļu rakstu publicēšanā,
- vienpusīgi viedokļi ielu intervijās ,
- atklāts aicinājums balsot par vai pret sarakstu vai kandidātu.

2) materiāls parādās bez cita acīmredzama iemesla vai nolūka kā vien saraksta vai politiķa popularizēšana vai nomelnošana. Acīmredzamība apzīmē kontekstu, ko par politiskajām norisēm informētam cilvēkam sniedz citi masu mediji - veselajā saprātā balstītu izpratni par to, kas un kāpēc konkrētajā brīdī ir aktuāls.

- medijā bieži pozitīvā vai negatīvā gaismā parādās noteiktas partijas vai politiķi.
- parādās informācija par politiķa sadzīvi u.c. darbībām, kas nav saistītas ar politiku.
- kā raksti publicēti PR materiāli.
- reklāma vizuāli atdarina redakcijas materiālu.
- ar politiķi vai sarakstu saistīta notikuma (dāvinājums u.c.) nesamērīgs atspoguļojums, popularizējot šo politiķi vai sarakstu.

Detalizētāku izklāstu par slēpto reklāmu var atrast projekta divos starpziņojumos:

“Slēptās reklāmas monitorings Latvijas televīzijas kanālos”, R. Bērugs un autoru kolektīvs, Rīga, 2001 (www.politika.lv).

“Slēptās reklāmas monitorings presē”, N. Ločmele, Rīga, 2001(www.politika.lv).

5. PROJEKTA REZONANSE SABIEDRĪBĀ

Informēšanai par projekta ieceri, gaitu un rezultātiem tika organizētas vairākas preses konferences. Projekta gaita tika atspoguļota presē. Žurnālisti izrādīja nopietnu interesi par projekta rezultātiem, taču tos nebija iespējams sniegt savlaicīgi, jo lielākās partijas datus iesniedza tikai jūnijā.

Gan pati projekta ideja, gan pirmie starpziņojumi par slēpto reklāmu priekšvēlēšanu kampaņas laikā izraisīja diskusijas vairākos medijos, kuros parādījās diametrāli pretēji viedokļi par projektu. Maz bija manāma konstruktīva projektā skarto problēmu analīze medijos, piemēram, kritēriju analīze vai konkrētu šaubīgo gadījumu analīze.

Slēptā reklāma un tās kritika izraisīja atsaucību interneta diskusiju vidē. Taču kopumā var teikt, ka jautājumi par partiju finansēšanas kontroli piesaistīja mazāk uzmanības gan presē, gan interneta diskusijās. Kā viens no iemesliem te minama sabiedrības un arī žurnālistu nesagatavotība plaši izvērtēt un diskutēt par šo tēmu.

Medijos nebija neviena projekta oponenta, kas iebilstu atklātības principam. Neizpratni atsevišķos autoros un politiķos radīja sabiedriskas organizācijas iesaistīšanās partiju finansu kontrolē. Daļa no oponentiem uzskatīja, ka novērošanas funkcijas drīkst veikt tikai valsts struktūras un sabiedriskas organizācijas uzdevums ir mudināt šīs valsts struktūras darboties. Šādu viedokli var skaidrot ar izpratni par politikas procesu Latvijā. Daļa sabiedrības pieturas pie viedokļa, ka sabiedrības spēkos nav ierobežot partiju varu, jo vienīgais politikas veicējs Latvijā ir valsts jeb citiem vārdiem tās pašas partijas. Līdz ar to turpmāko projektu veikšanā lielāka uzmanība būtu jāvelta plašāka sabiedrības atbalsta iegūšanai un izskaidrojošam darbam.

6. Secinājumi un ieteikumi: Kopsavilkums

Projekts "Atklātība politisko partiju finansēšanā" bija starptautiskās organizācijas *Transparency International* uzmanībās lokā pirmais mēģinājums Eiropā ar sabiedrības spēkiem kontrolēt partiju izdevumus priekšvēlēšanu laikā. Līdzīgs modelis 90. gados sekmīgi tika ieviests Argentīnā un citur Latīņamerikā.

Latvijas projektam, kas bija pilotprojekts turpmākajai sabiedrības kontrolei pār vēlēšanu laikā iztērēto partiju naudu, bija jāsniedz arī praktiskas zināšanas par nepieciešamajiem jaunievedumiem jaunajā partiju finansēšanas likumprojektā, kurš sagatavots 2001. gada sākumā.

Partiju finansu deklarācijas

Projekts parādīja vairāku Latvijas partiju gatavību lielākai atklātībai savu organizāciju finansēs un partiju vadītāju izpratni par nepieciešamību ne tikai publicēt datus, bet arī sadarboties ar sabiedriskajām organizācijām.

Vairākas partijas, tai skaitā arī Saeimā ievēlētās, projektā nepiedalījās. Partiju vadītājiem šķita pietiekami, ka viņi veic likumā noteiktos pienākumus partiju ienākumu deklarēšanā, kaut arī tādā veidā ziņas par partiju tēriņiem vēlēšanu gadā pie vēlētājiem nonāk gadu vēlāk. No apzinātajām 50 partijām 14 apņēmas iesniegt savus datus, bet rezultātā projektā piedalījās tikai 9 partijas.

No Saeimā ievēlētajām partijām projektā piedalījās tikai divas. Tikai dažas partijas, kuru izdevumi priekšvēlēšanu laikā nepārsniedza Ls 30 000, iesniedza atskaites prasītajā termiņā - mēnesi pēc vēlēšanām. Šādu termiņu vēlēšanu atskaišu iesniegšanai paredz jaunais partiju finansēšanas likumprojekts.

Pašreizējā likumprojekta redakcijā (2001. gada jūlijs) nav noteikta partiju atbildība par neprecīzu datu sniegšanu. Projekta gaitā tika konstatēts, ka partijas ir iztērējušas par aptuveni 50% vairāk nekā paziņojušas (ar vienu izņēmumu) pirms vēlēšanām. Lielākajām partijām šī starpība ir vairāk nekā Ls 100 000.

Četras Saeimā pārstāvētās partijas (TB/LNNK, PCTVL, JKP, LSDSP) joprojām nav publiskojušas pašvaldību vēlēšanās iztērētās summas un finansu ieguves avotus. Šajā pētījumā publicētie skaitļi būs noderīgi 2002. gada pavasarī, kad partijas iesniegs ar likumu pieprasītos finansu pārskatus par 2001. gadu.

Partijām, kas iesniedza deklarācijas, vairākos gadījumos neatkarīgi uzskaitītā reklāmas summa ir lielāka nekā partijas norādītā. Tā kā projektā netika uzskaitīta visa reklāma, summai vajadzētu būt vai nu vienānai, vai mazākai. Īpaši televīzijā, kur novērotās reklāmas izmaksas tika aprēķinātas pēc lielākajām tirgū esošajām atlaidēm.

Atšķirību iemesli partiju sniegtajos datos un projektā uzskaitītajos var būt šādi:

- atšķirīgais uzskaitījums, piemēram, partija daļu no reklāmās iztērētās naudas norādījusi pie sagatavošanas izdevumiem (partijas norādītā summa mazāka nekā uzskaitītā), vai otrādi – pie iztērētās summas pievienojusi arī reklāmas sagatavošanu vai TV reklāmas ziedojumu uzskaitījusi pēc cenu lapas nevis reālajām izmaksām (partijas summa lielāka),
- nauda maksāta arī par reklāmu, kura publicēta, pārraidīta ārpus reklāmai atvēlētā laika un laukuma – raidījumu un publikāciju veidā,
- reklāmu apmaksājuši paši kandidāti no individuāliem budžetiem, bet tā uzskaitīta kā partiju reklāma,
- reklāmu apmaksājis partijas sponsors tieši medijam, tāpēc tā neparādās partiju uzskaitē, bet atpazīstama kā partijas reklāma.

Partiju ieņēmumu uzrādīšana

ASV un citu valstu pieredze liecina, ka ziedojumu summu ierobežojumi var tikt apieti mākslīgā ceļā, tāpēc lielāka uzmanība ir jāvelta partiju donoru un viņu ieņēmumu kontrolei. Pašlaik netiek pārbaudīta ziedotāju maksātspēja, ne arī tas, vai sarakstā minētie cilvēki ir ziedojuši partijai. Lai arī ieņēmumu kontrole nebija pētījuma uzdevums, efektīva ziedotāju pārbaude ir ļoti būtiska, lai caur fiziskām personām partijās netiktu iepludināta nezināmas izcelsmes nauda.

Masu mediju loma

Vairāki masu mediji izrādīja gatavību sadarboties un iesniedza datus par ieņēmumiem no partiju reklāmām, norādot konkrētu partiju. Nevienā citā valstī, kas ir starptautiskās organizācijas *Transparency International* redzes lokā un kur sabiedriskas organizācijas veikušas šādus projektus, mediju atsauce nav panākta, tāpēc tas vērtējams kā projekta sasniegums.

Desmit mediji iesniedza pilnīgas ziņas, trīs mediji iesniedza kopsummas. Vēl citi mediji izteica gatavību sniegt ziņas, to saskaņojot ar reklāmdevējiem, lai nepārkāptu līgumu konfidencialitāti.

Privātu mediju iniciatīva projekta laikā ir ļoti apsveicama. Jautājumus tomēr radīja sabiedriskā radio un TV atšķirīgās nostājas datu sniegšanā par reklāmu.

Vairāki mediji pauda gatavību sniegt datus, ja šī prasība būtu obligāta visiem. Tāpēc ir būtiska Nacionālā radio un televīzijas padomes iniciatīva - 2001. gada septembrī izstrādāts likumprojekts par priekšvēlēšanu aģitāciju. Tajā iekļauts pienākums elektroniskajiem medijiem ziņot gan par reklāmas apjomu, gan arī par reklāmas apmaksātāju.

Ieteikumi

Par atskaites formu

Projekta laikā ieviesto paplašināto atskaites veidlapu varētu ņemt par pamatu, izstrādājot dokumentu paraugus jaunajam likumprojektam par partiju finansēšanu.

Lai nodrošinātu kvalitatīvāku pārraudzību pār partiju tēriņiem, ir lietderīgi prasīt sīku pārskatu par reklāmu katrā medijā. Par detalizēta pārskata priekšrocībām var pārliecināties, salīdzinot LC un citu partiju iesniegtās atskaites.

Ir strikti jādefinē, kādas izmaksas iekļaujamas katrā ailē un kā tās aprēķināmas. Ja partija, piemēram, TV reklāmu nopērk gadu pirms vēlēšanām un ieraksta kampaņas plānošanas izdevumos (kā to šķietami darījusi TP savās atskaitēs pētījuma ietvaros), tad ir apgrūtināti kontrolēt partijas tēriņus.

Par bezprocentu aizdevumu novērtēšanu

Partiju ieņēmumu analīze uzrāda problēmzonu, kas saistīta ar bezprocentu aizdevumiem partijām. Atbildīgajām iestādēm būtu jādod vērtējums par šādu aizdevumu likumību, par to, vai aizdevums vai tā daļa (piem., procenti, kurus aizņēmējs maksātu, ja šo naudu aizņemtos kredītiestādē) būtu uzskatāms par ziedojumu partijai, uz kuru tātad attiecināms ziedojuma apjoma ierobežojums.

Par mantisko ziedojumu novērtēšanu

Svarīgi ir likumdošanas ceļā risināt jautājumu par ziedojumu novērtēšanu, jo projekta gaitā atklājās, ka nav vienotu standartu dažādu ziedojumu, piemēram, reklāmas uzskaitījumam. Šī jautājuma neregulētības dēļ partija var nonākt šķietamā pretrunā ar likumu, lai arī, maksājot par šo pakalpojumu, ziedojumu limits pārkāpts netiktu.

Par individuālo kampaņu un reģionālo kampaņu uzskaiti

Projekts parādīja, ka partijas neveic uzskaiti par partiju biedru individuālajām kampaņām. Partijām jāuzliek par pienākumu reģistrēt un kontrolēt individuālās kampaņas un to finanses. Vairāku partiju nodaļas kampaņu realizējušas bez saskaņošanas un ziņošanas partijas centrālajam aparātam, lai gan nodaļām nav juridiskas personas statusa. Tas liecina, ka daļa partiju naudas netiek uzskaitīta. Saeimas vēlēšanu laikā vērojama mazāka decentralizācija, tomēr individuāls atbalsts partijai joprojām ir iespējams. Likumdošanā jārisina jautājums par partijas atbildību deklarēt visus ar partijas vārdu saistītos izdevumus.

Par ierobežojumiem ziedojumu saņemšanā no fondiem

Tāpat būtu jākontrolē jautājums par ziedojumiem partijām no fondiem, kuri uzskatāmi par ziedojumiem no trešajām personām. Tas ir aizliegts ar likumu, taču vairāku partiju atskaitēs par 2000. gadu fondi uzrādīti kā ziedotāji.

Par ziedotāju ikmēneša deklarēšanu

Lai apgrūtinātu ziedotāju falsifikāciju, jāievieš ikmēneša ziedotāju saraksta uzraudzība atbildīgajai institūcijai un publiskošana, piemēram, "Latvijas Vēstnesī" vai internetā. Šāda informācija būtu saistoša medijiem, izraisītu

plašu sabiedrības interesi, kā arī ļautu vēlētājam pašam sekot līdzi un analizēt finansu plūsmas ietekmi uz partiju viedokļiem, balsojumiem un rīcību.

Kampaņas ienākumu deklarācija pirms un pēc vēlēšanām

Projekta īstenotāji par īpaši nozīmīgu aspektu partiju saiknē ar vēlētājiem uzskata vēlēšanu kampaņas izdevumu un ienākumu avotu uzrādīšanu gan pirms, gan pēc vēlēšanām, tāpēc šāda norma būtu ieviešama ar likumu pēc iespējas drīzāk.

NOBEIGUMS

Projekta īstenotāji uzskata, ka neatkarīga novērošana mobilizē partijas lielākai atbildībai pret vēlētājiem, parādās iespēja konstatēt pretrunas starp realitāti un partiju sniegtajiem datiem, kā arī tiek dots impulss valsts kontrolējošām iestādēm pievērsties atsevišķiem partiju kontroles aspektiem un uzlabot likumdošanas bāzi. Tāpēc šāda veida monitoringa projekti būtu veicami pirms katrām vēlēšanām.

Lai veiktu kvalitatīvu monitoringu, jau laikus ir jāiesaista procesā visas ieinteresētās puses. Jānotiek diskusijai starp iesaistītajiem, kā visefektīvāk sadarboties. Sabiedrība, nevalstiskās organizācijas, mediji, partijas, valsts kontrolējošie dienesti ir šādas diskusijas potenciālie dalībnieki.

Pētījums tiks izmantots, gatavojoties 2002. gada Saeimas priekšvēlēšanu kampaņas novērošanai.
