

**VĒLĒTĀJU IZVĒLI IETEKMĒJOŠIE FAKTORI
2005.GADA PAŠVALDĪBU VĒLĒŠANĀS
UN
SABIEDRISKO ORGANIZĀCIJU LOMA
PRIEKŠVĒLĒŠANU PROCESA UZRAUDZĪBĀ**

KVANTITATĪVAIS PĒTĪJUMS

“Latvijas Fakti”
2005. gada aprīlis

SATURS

I. GALVENIE SECINĀJUMI.....	3
II. APTAUJAS TEHNISKĀ INFORMĀCIJA.....	4
III. APTAUJAS DATU ANALĪZE	5
1. Vēlētāju izvēli ietekmējošie informācijas avoti 2005.gada pašvaldību vēlēšanās	5
2. 2005.gada pašvaldību vēlēšanu kampaņas atšķirības.....	7
3. Sabiedrisko organizāciju loma priekšvēlēšanu procesa uzraudzībā	9
4. Ar likumu noteikto politisko partiju priekšvēlēšanu kampaņu izdevumu ierobežojumu vērtējums	14

I. GALVENIE SECINĀJUMI

- 2005.gada pašvaldību vēlēšanās vēlētājiem izdarot savu izvēli daudz nozīmīgāka ir bijusi plašsaziņas līdzekļu sniegtā informācija, partiju pārstāvju publiskās uzstāšanās masu medijos un partiju priekšvēlēšanu programmas, nevis politiskā reklāma, kas ietekmējusi tikai ceturtais daļas vēlētāju izvēli.
- Lai gan apmēram trešdaļa respondentu uzskata, ka šī gada pašvaldību vēlēšanas neatšķiras no vēlēšanām citos gados, tomēr ceturtais daļas aptaujas dalībnieku skatījumā 2005.gada priekšvēlēšanu kampaņa ir mazāk aktīva, un tai ir raksturīgs mazāks politiskās reklāmas daudzums. Ja politiskās reklāmas samazināšanos priekšvēlēšanu laikā var izskaidrot ar priekšvēlēšanu kampaņu izdevumiem noteiktajiem ierobežojumiem, tad to 11,4% respondentu, kuri uzskata, ka šogad politiskās reklāmas ir bijis vairāk, viedokļa pamatojums visticamāk ir meklējams atsevišķu partiju politiskās reklāmas klātesamībā "uz katra stūra". Lai gan lielākā daļa respondentu norādīja, ka viņu izvēli visvairāk ietekmē ziņas masu medijos un politiķu aktivitātes, tomēr tikai 6% respondentu ir norādījuši, ka šī gada pašvaldību vēlēšanās ir bijis pieejams vairāk informācijas par politiskajiem spēkiem un politiķi biežāk ir tikušies ar vēlētājiem. Tādējādi var izvirzīt pieņēmumu, ka noteiktie ierobežojumi priekšvēlēšanu kampaņu tēriņiem, kuru galvenais uzdevums bija aizstāt "poligrāfiski-elektroniskos politiķus" ar "dzīviem cilvēkiem", ir sasniegts tikai daļēji – ir ierobežota reklāma, bet nav panākts, ka politiķi klātienē aktīvāk skaidro savus mērķus.
- Vairums respondentu piekrīt uzskatam, ka sabiedriskās organizācijas ar savām aktivitātēm spēj nodrošināt godīgāku priekšvēlēšanu procesa norisi gan liekot politiķiem ievērot likumus, gan vēršot sabiedrības uzmanību uz iespējamajām nelikumībām. Visticamāk, respondentu prāt, šajā gadījumā par sabiedriskajām organizācijām var runāt kā par sabiedrības "interesu sargauņiem", kas modri uzrauga politiķus un vajadzības gadījumā, izmantojot masu mediju starpniecību, publisko viņu pārkāpumus. Tam, ka sabiedrisko organizāciju aktivitātes nespēj ietekmēt politisko procesu piekrīt tikai ceturtais daļa aptaujas dalībnieku.
- Vairāk kā puse aptaujas dalībnieku uzskata, ka "bija jēga ar likumu noteikt politisko partiju priekšvēlēšanu kampaņas izdevumu ierobežojumus". Pretējās domās ir trešdaļa visu respondentu.

II. APTAUJAS TEHNISKĀ INFORMĀCIJA

<u>IZLASE:</u>	<p>Aptaujā pēc stratificētās nejaušības principa tika iekļauti 1003 Latvijas republikas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem</p> <p>Stratifikācijas pazīmes:</p> <p style="margin-left: 20px;">a) ģeogrāfiskā</p> <p style="margin-left: 20px;">b) nacionālā.</p> <p>Izlase aprēķināta balstoties uz jaunākajiem statistikas datiem par Latvijas Republikas iedzīvotājiem</p> <p>Jautājumi par 2005.gada pašvaldību vēlēšanām tika uzdoti 795 balsstiesīgajiem Latvijas Republikas pilsoņiem.</p>
<u>METODE:</u>	<p>Aptauja tika veikta izmantojot tiešās (personīgās) intervēšanas metodi respondentu dzīves vietās. Respondentu dzīvesvietu atlasē izmantota nejaušā maršruta metode. Respondentu atlase veikta ar Kiša matricas palīdzību.</p> <p>Intervēšanu veica kopumā 62 “Latvijas Faktu” intervētājs. Intervētāju instruktāžu un darba kvalitātes pārbaudi veica 5 “Latvijas Faktu” intervētāju tīkla reģionālie pārraugi. Intervēšana notika latviešu un krievu valodās.</p>
<u>INTERVĒŠANAS LAIKS:</u>	14.04.2005. – 22.04.2005.

Aptaujā sasniegtās izlases salīdzinājums ar iedzīvotāju statistiku

	Respondentu skaits izlasē (%)	Iedzīvotāju statistika (%)
<u>Dzimums</u>		
Vīrieši	47.2%	46.2%
Sievietes	52.8%	53.8%
<u>Vecums</u>		
15-24	18.7%	18.6%
25-39	26.7%	27.0%
40-54	28.2%	26.3%
55-64	14.1%	15.5%
65-74	12.3%	12.6%
<u>Tautība</u>		
Latvieši	58.2%	57.9%
Cittautieši	41.8%	42.1%
<u>Reģions</u>		
Rīga	33.1%	32.1%
Vidzeme	23.7%	23.6%
Kurzeme	12.0%	13.6%
Zemgale	15.6%	14.6%
Latgale	15.7%	16.1%
<u>Izglītība</u>		
Pamata, nepabeigta vidējā	23.6%	
Vidējā, nepabeigta augstākā	59.6%	
Augstākā	16.7%	

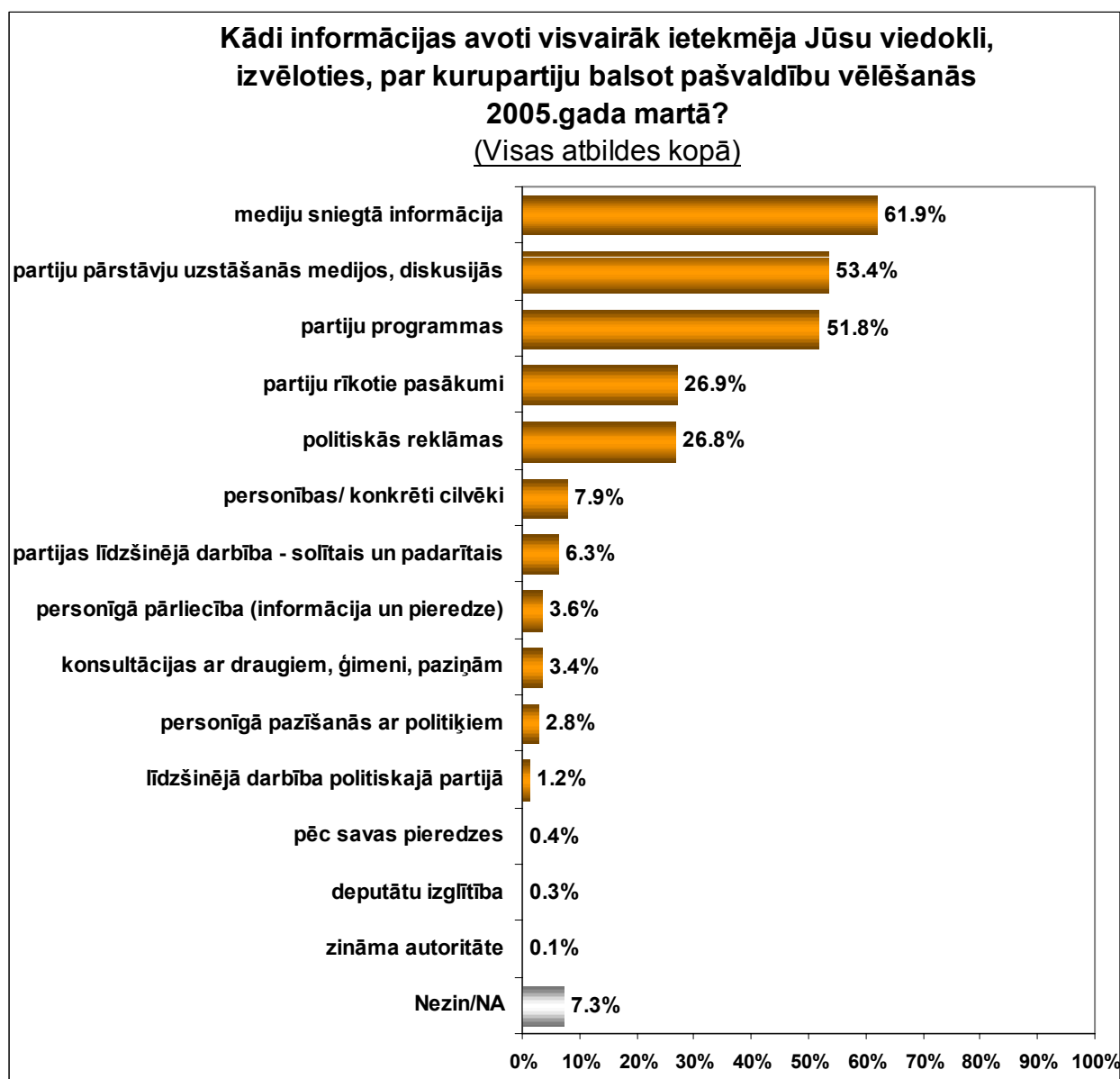
III. APTAUJAS DATU ANALĪZE

1. Vēlētāju izvēli ietekmējošie informācijas avoti 2005.gada pašvaldību vēlēšanās

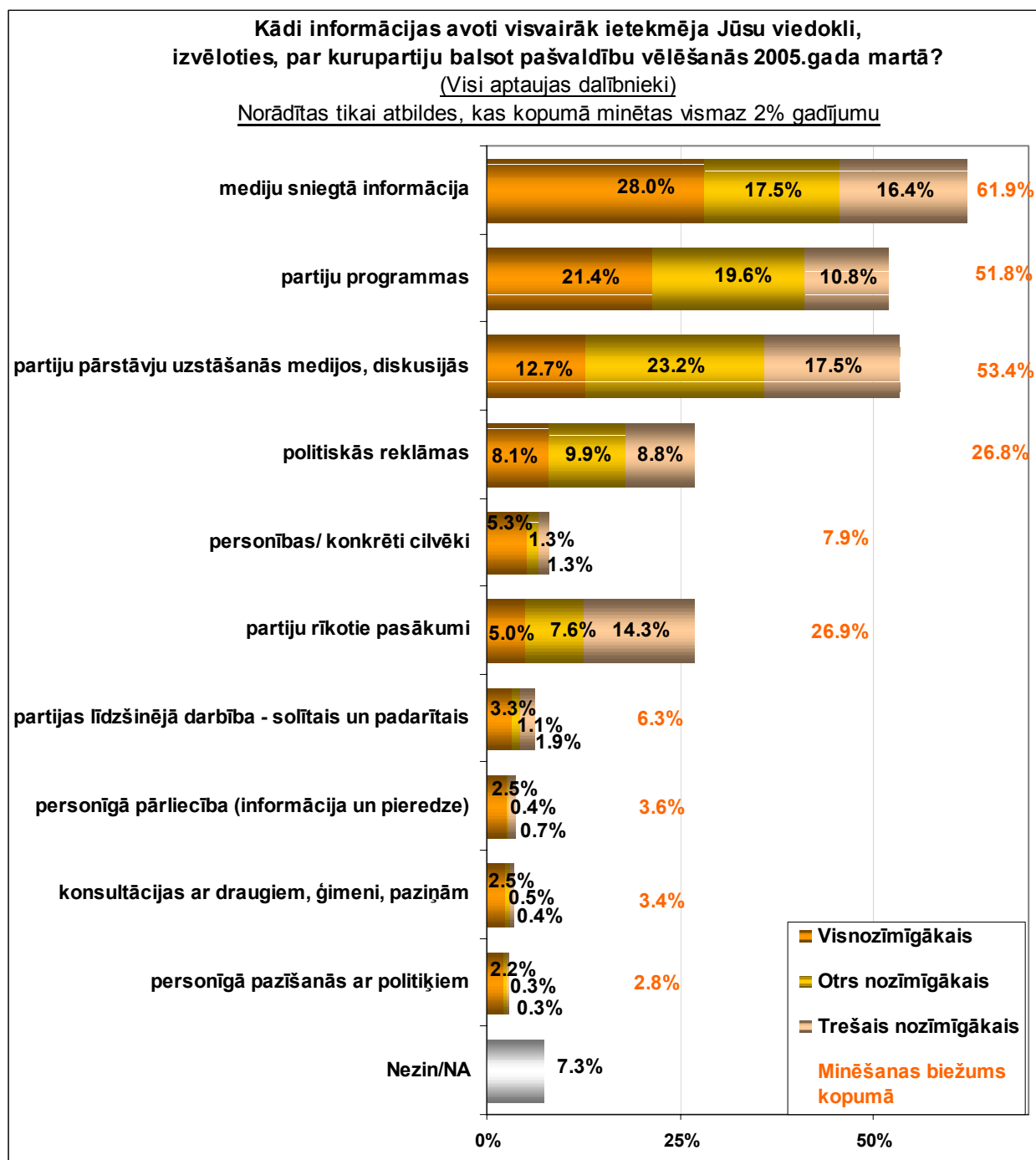
Aptaujas jautājums:

- ***“Kādi informācijas avoti visvairāk ietekmēja Jūsu viedokli, izvēloties, par kuru partiju balsot pašvaldību vēlēšanās, kas notika 2005. gada martā?”***

Kopumā visbiežāk (61,9%) respondenti ir norādījuši, ka viņu izvēli 2005.gada pašvaldību vēlēšanās ir ietekmējusi plašsaziņas līdzekļu sniegtā informācija. Vairāk kā pusei respondentu nozīmīgs informācijas avots ir arī partiju pārstāvju uzstāšanās medijos vai piedalīšanās mediju rīkotajās diskusijās (53,4%), kā arī partiju programmas (51,8%). Partiju rīkoti pasākumi un politiskās reklāmas spēj ietekmēt tikai apmēram ceturtdaļas vēlētāju izvēli.



Aptaujātajiem respondentiem bija jānosauc trīs informācijas avoti, kas ietekmējuši viņu izvēli 2005.gada pašvaldību vēlēšanās, turklāt tie bija jāsarindo pēc to nozīmīguma. Visietekmīgākais informācijas avots (kopumā minējuši 61,9% respondentu) ir masu mediju sniegtās ziņas – kā visnozīmīgāko to ir minējuši 28% respondentu, kā otro nozīmīgāko 17,5%, bet kā trešo – 16,4% respondentu. 21,4% respondentiem visnozīmīgākās izdarot izvēli ir partiju programmas, 12,7% partiju pārstāvju publiskās uzstāšanās medijos. Savukārt politisko reklāmu kā visvarīgāko informācijas avotu ir nosaukuši tikai 8,1% respondentu.



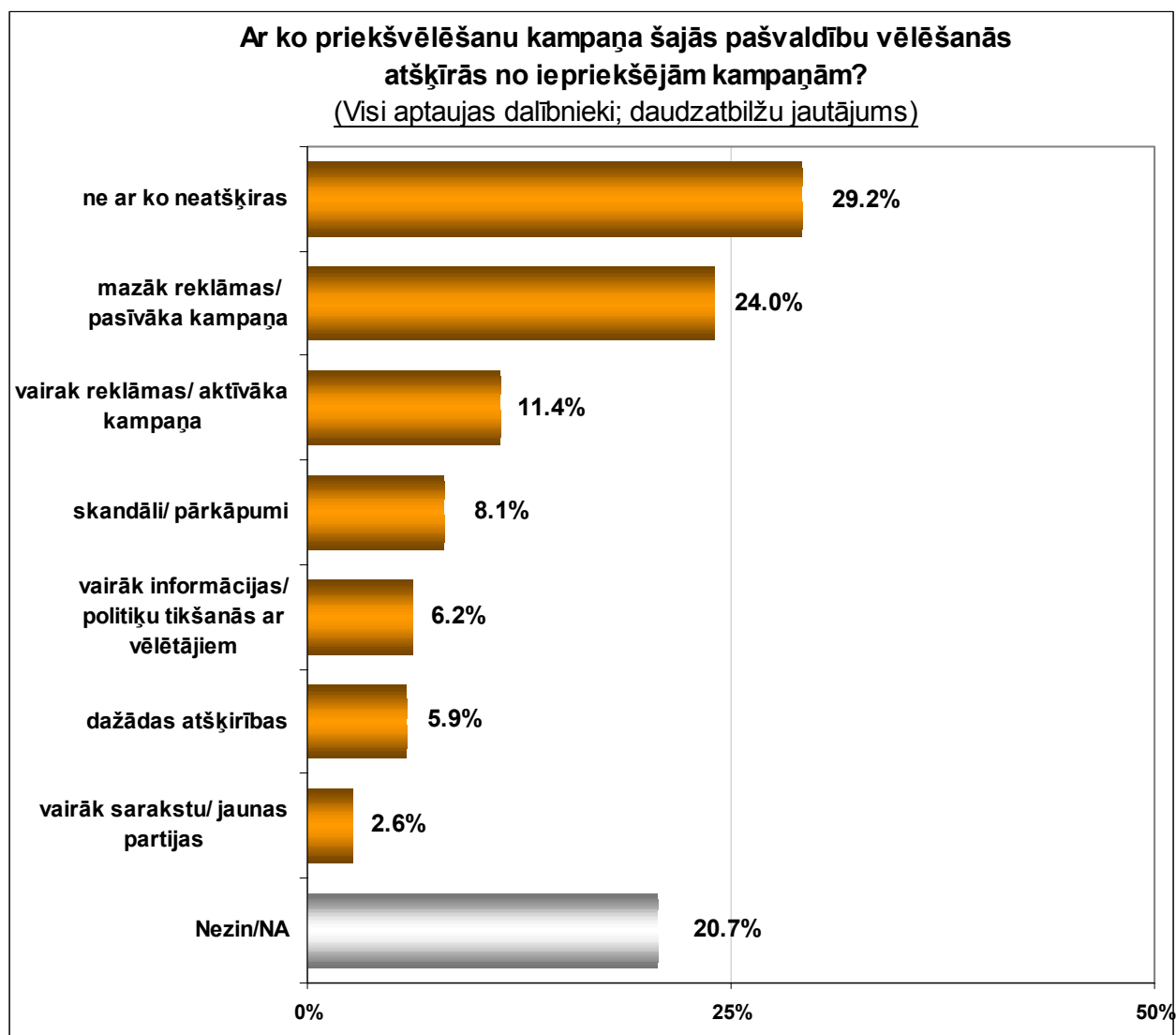
2. 2005.gada pašvaldību vēlēšanu kampaņas atšķirības

Aptaujas jautājums:

- **“Ar ko priekšvēlēšanu kampaņa šajās pašvaldību vēlēšanās atšķirās no iepriekšējām kampaņām?”**

Atbildot uz jautājumu, ar ko pašvaldību vēlēšanu kampaņa 2005.gada vēlēšanās atšķirās no vēlēšanu kampaņām iepriekšējos gados, respondenti sniedza dažādas atbildes, kuras nosacīti var apkopot septiņās lielākās grupās (skatīt tabulu nākamajā lapaspusē).

Gandrīz trešdaļai (29,2%) respondentu šķiet, ka šī gada pašvaldību vēlēšanu kampaņa neatšķiras no iepriekšējo vēlēšanu kampaņām. Ceturtdaļa (24%) aptaujas dalībnieku uzskata, ka šogad ir bijusi gan pasīvāka kampaņa, gan mazāk politiskās reklāmas. Tai pat laikā 11,4% respondentu skatījumā politiskās reklāmas šogad ir bijis vairāk kā citus gadus. Savukārt 6,2% respondentu uzskata, ka 2005.gada pašvaldību vēlēšanas atšķir tas, ka ir bijis vairāk informācijas par politiskajiem spēkiem un deputātu kandidāti ir regulārāk tikušies ar vēlētājiem.



Minētās atbildes uz jautājumu, ar ko atšķirās pašvaldību vēlēšanu kampaņa 2005.gada vēlēšanās no vēlēšanu kampaņām iepriekšējos gados.

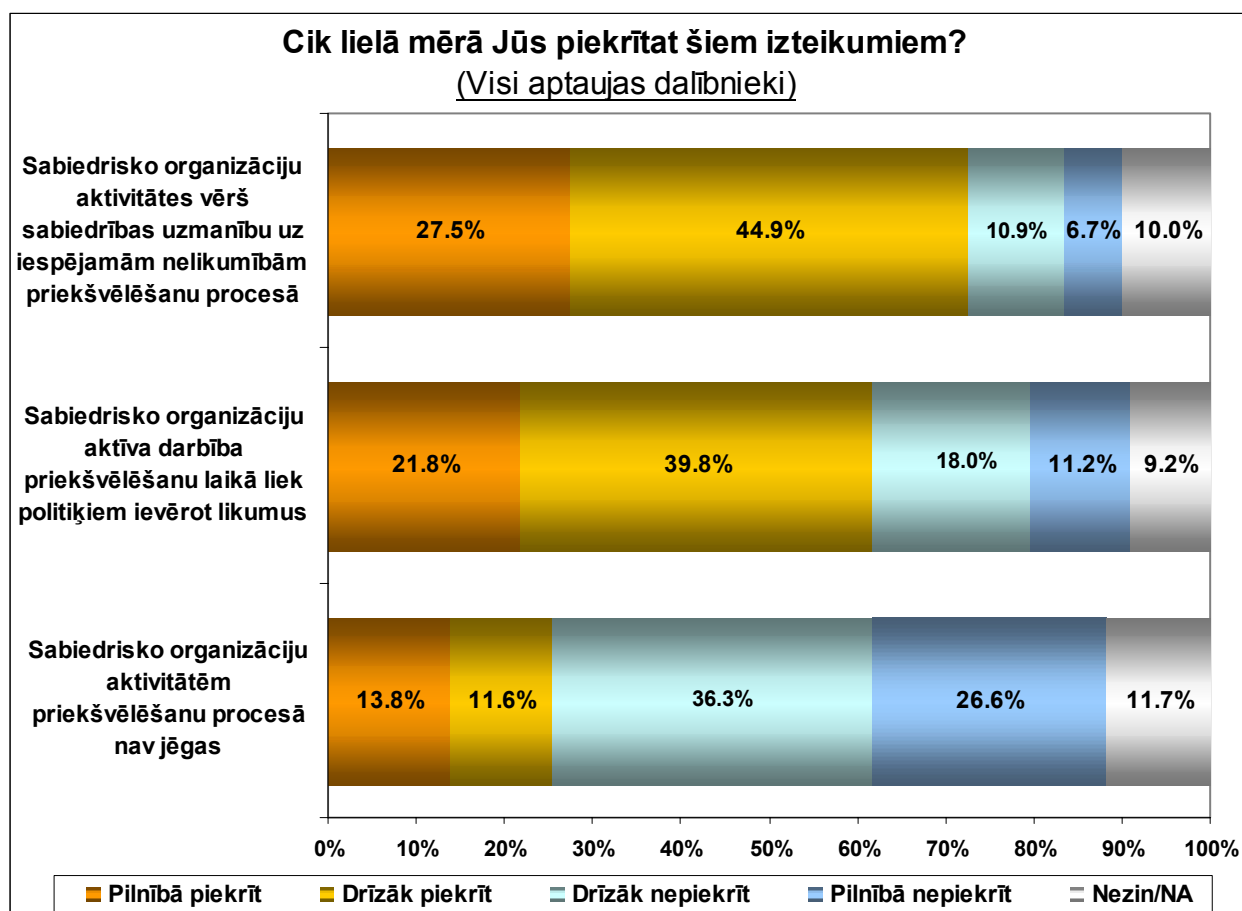
Atšķirības	%	Atšķirības	%
ne ar ko neatšķiras	29.2%		
		vairāk informācijas/ politiku tikšanās ar vēletājiem	6.2%
mazāk reklāmas/ pasīvāka kampaņa	24.0%	vairāk diskusijas, raidījumu TV	2.1%
mazāk reklāmas	9.6%	vairāk informācijas	1.6%
priekšvēlēšanu kampaņa nebija liela	7.3%	bija tikšanās iedzīvotājiem ar deputātiem	0.5%
bija neuzkrītošas, nemanāmas reklāmas	2.6%	vairāk tika darītas reālas lietas	0.5%
mazāk tika tērēta nauda	1.8%	vairāk stāstīja par sevi	0.4%
mazāk solījumu	0.9%	biežas politiku vizītes laukos	0.3%
mazāk reklāmas pilsētvidē, uz afišām	0.7%	vairāk atskaitījās par padarīto darbu	0.3%
mazāk spekulāciju	0.6%	ar apvienību vadītāju aktīvo darbību	0.3%
mazāka citu nomelnošana	0.5%	deputāti tuvāk tautai	0.1%
		piedāvāja konkrētas programmas	0.1%
Nezin/NA	20.7%		
		dažādas atšķirības	5.9%
vairāk reklāmas/ aktīvāka kampaņa	11.4%	mazāka iedzīvotāju aktivitāte	0.9%
vairāk reklāmas	4.8%	vēlēšanu iecirknis pēc dzīves vietas deklarācijas	0.8%
neatļaidīgākas, uzbāzīgākas reklāmas	1.4%	maz sarakstu	0.6%
vairāk naudu izdeva reklāmā	1.2%	maz izstrādātas partiju programmas	0.5%
aktīvāka priekšvēlēšanu kampaņa	1.1%	šīs vēlēšanas vairāk organizētas	0.5%
daudz vairāk solījumu	0.9%	smieklīgas, stulbas reklāmas	0.4%
visi vairāk kāroja pēc varas, krēsliem	0.7%	lielas jautrības notika	0.4%
skaisti solījumi, runas	0.5%	daudz vairāk pazīstamu cilvēku	0.3%
tagad tika rīkoti bezmaksas koncerti	0.4%	maz konkrētuma	0.3%
liela Tautas partijas reklāma	0.3%	godīgāki kandidāti	0.2%
"Jaunais laiks" daudz reklamējās	0.1%	vizuāli skaistāki saraksti	0.1%
		vairāk kandidātu bez izglītības, pieredzes	0.1%
skandāli/ pārkāpumi	8.1%	skaistāki bukleti Ķekavā	0.1%
liela balsu pirkšana	3.1%	labas reklāmas	0.1%
lielas karošanas, strīdi savā starpā	2.0%	rezultāti jau bija paredzami	0.1%
ar negodīgumu	1.2%	ar neparedzēto "Dzimtenes" uzvaru	0.1%
liela korupcija	0.7%	ar Rubika piedalīšanos	0.1%
kompromitējoša informācija	0.4%		
radio skandāls ar radio PIK izslēgšanu	0.3%	vairāk sarakstu/ jaunas partijas	2.6%
nekaunīgi izlēcieni	0.1%	vairāk sarakstu	2.2%
neatzīmēja pasē zīmogu par balsošanu	0.1%	jaunas partijas	0.4%
negodīgi līdzekļi	0.1%		

3. Sabiedrisko organizāciju loma priekšvēlēšanu procesa uzraudzībā

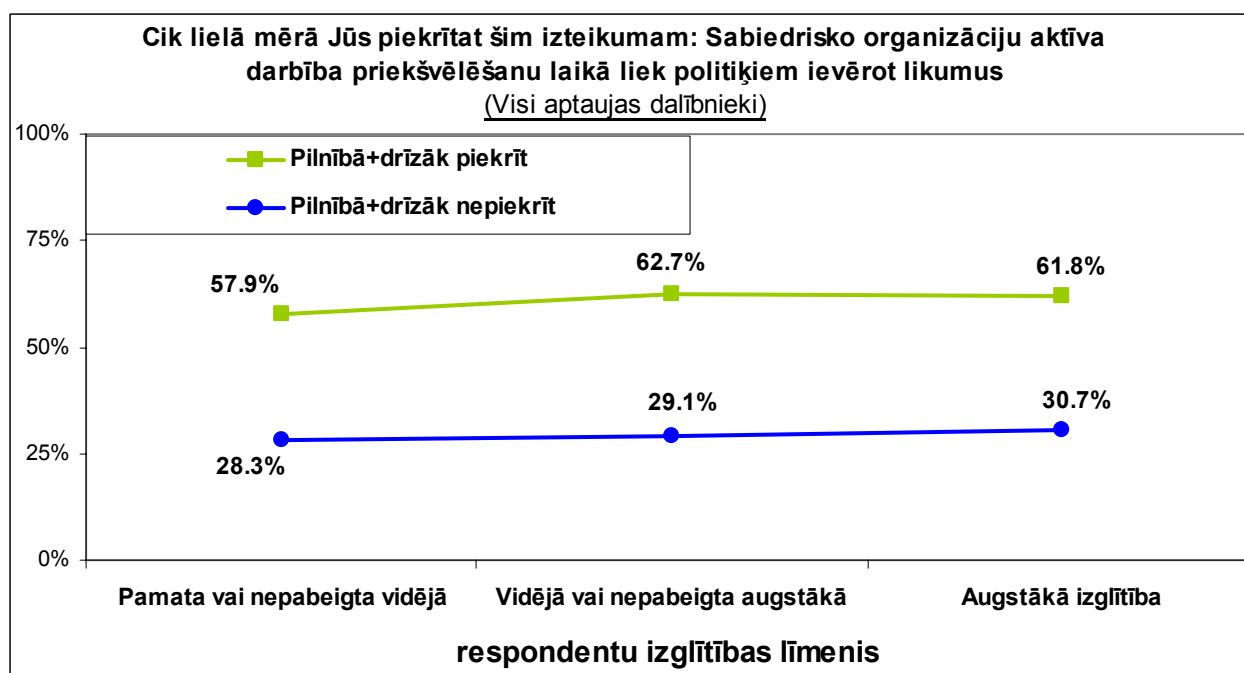
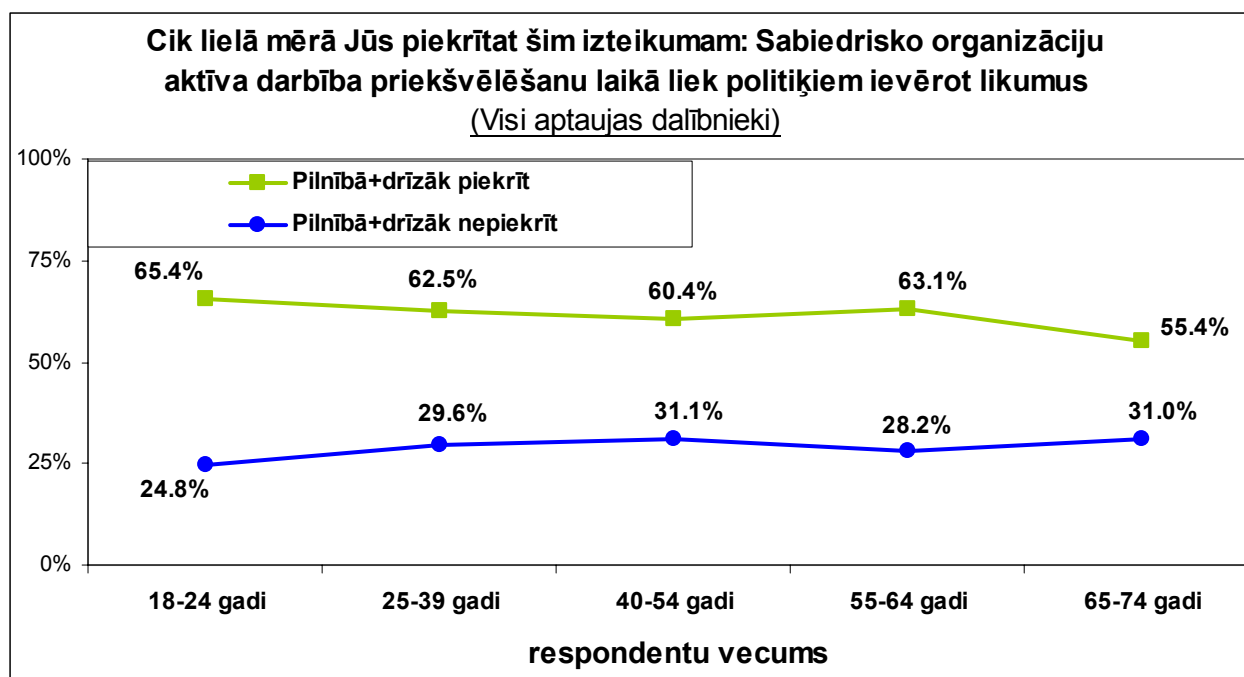
Aptaujas jautājums:

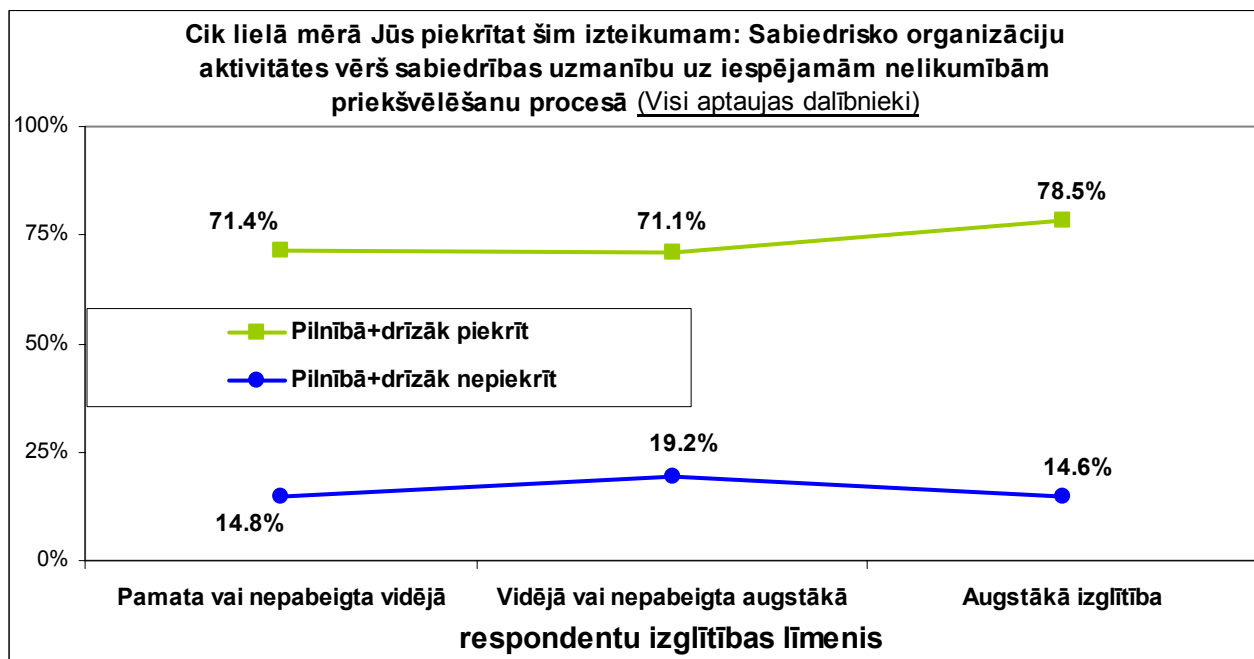
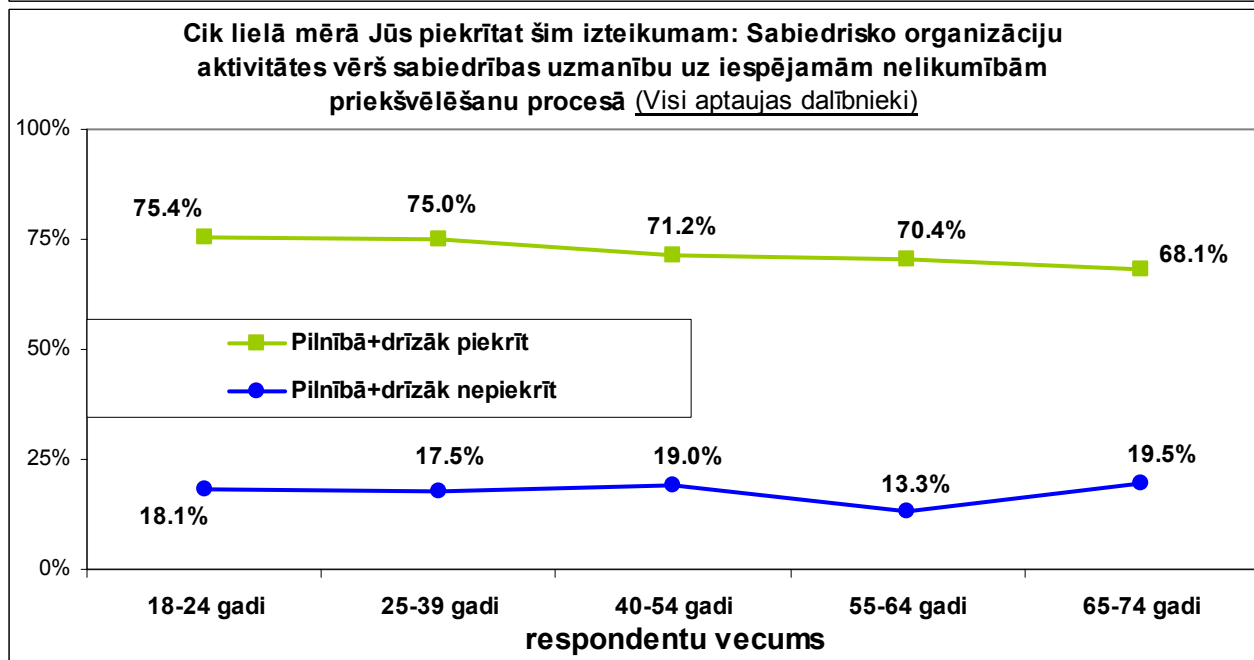
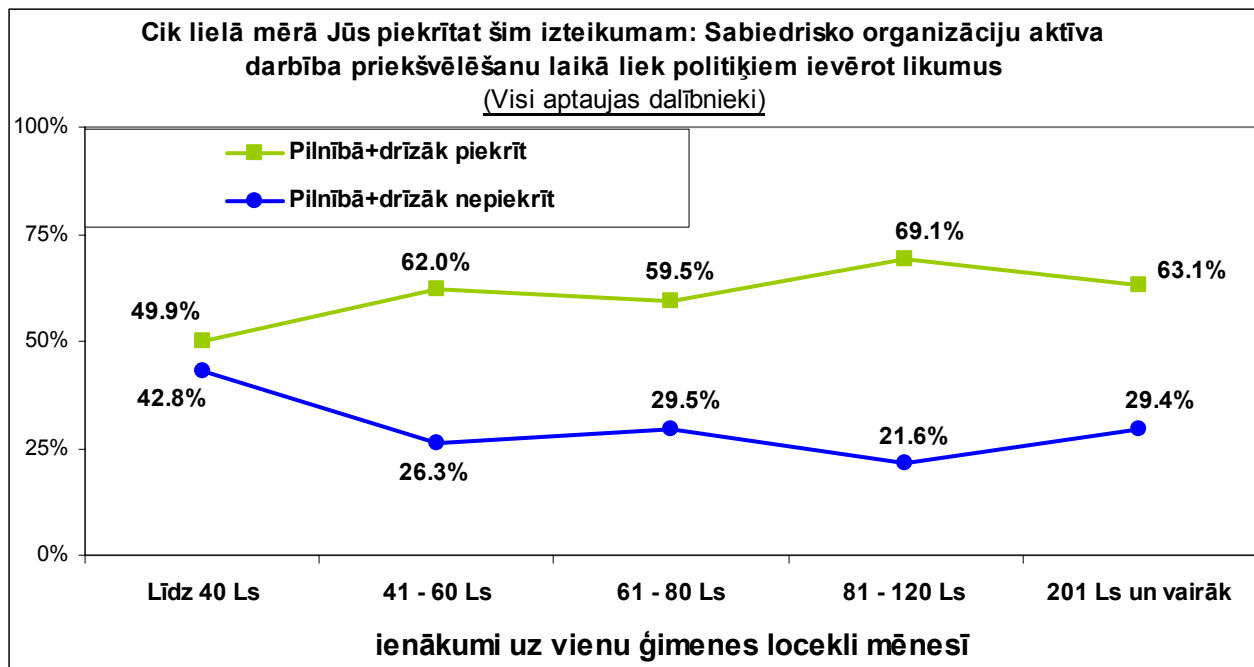
- **“Tagad es Jums nolasišu trīs izteikumus par sabiedrisko organizāciju lomu priekšvēlēšanu procesu uzraudzīšanā. Par katru no tiem lūdzu pasakiet man, cik lielā mērā Jūs tam piekrītat – vai Jūs tam pilnībā piekrītat, drīzāk piekrītat, drīzāk nepiekrītat vai pilnībā nepiekrītat...”**

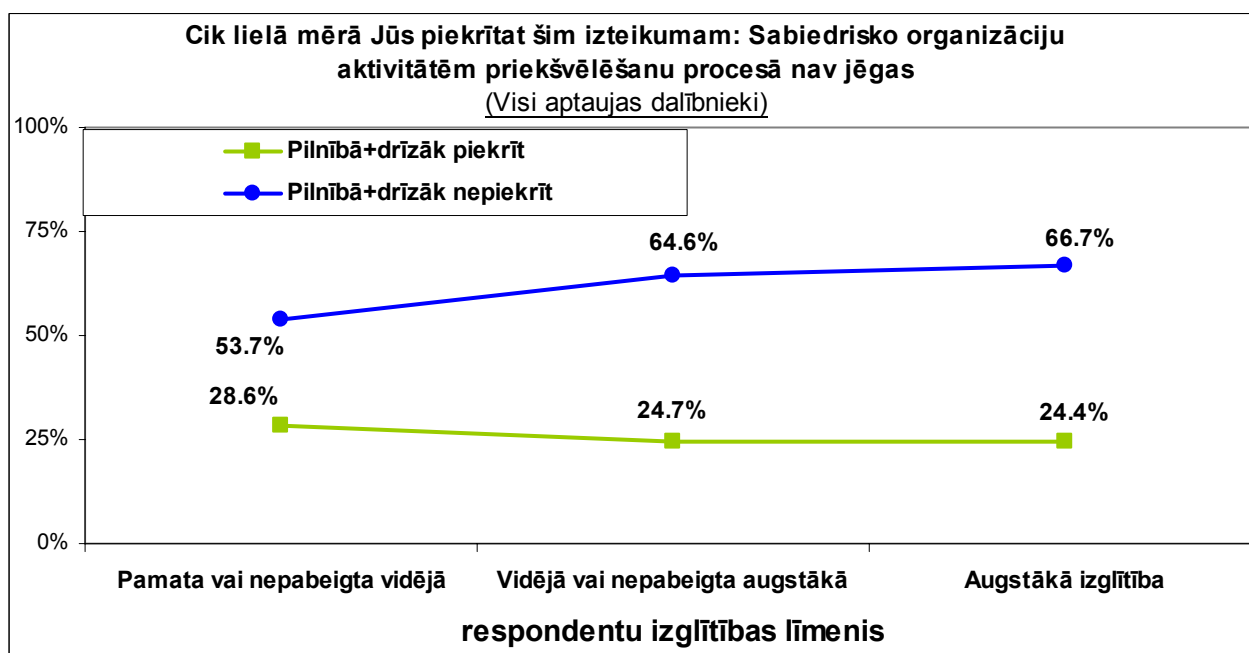
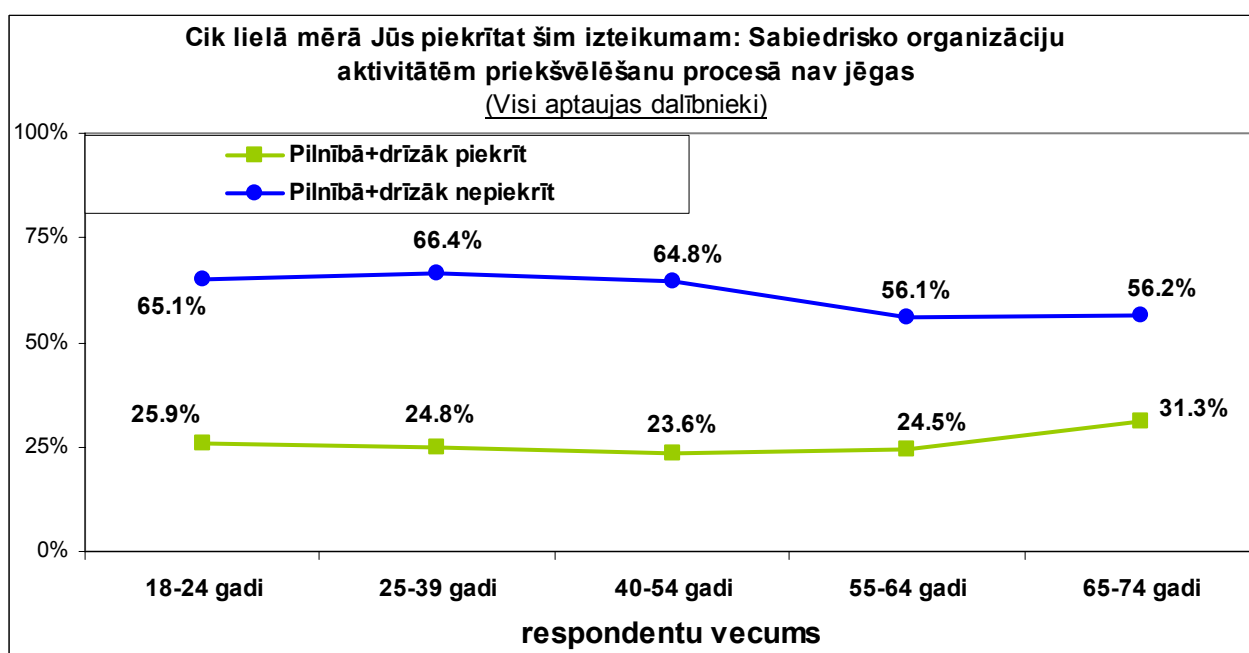
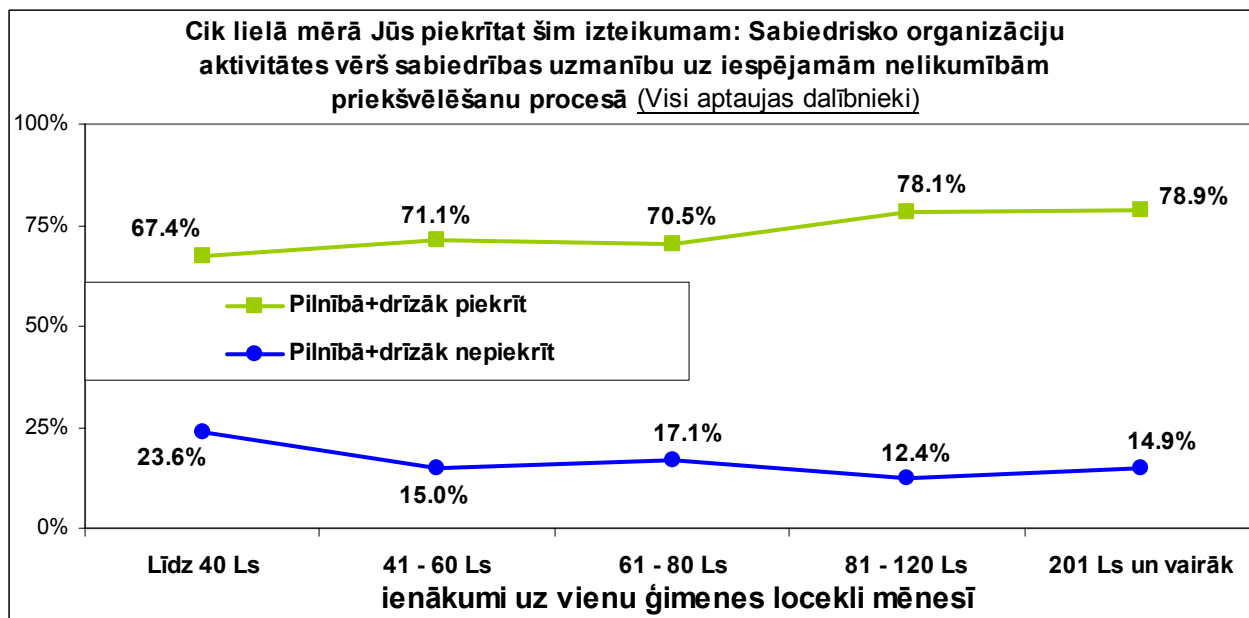
Vairums aptaujas dalībnieku uzskata, ka sabiedrisko organizāciju aktivitātēm priekšvēlēšanu procesā ir pozitīva loma – proti, tās gan “vērs sabiedrības uzmanību uz iespējamām nelikumībām priekšvēlēšanu procesā” (pilnībā vai drīzāk piekrīt 72,4% respondentu), gan “liek politiķiem ievērot likumus” (pilnībā vai drīzāk piekrīt 61,6%). Savukārt tam, ka “sabiedrisko organizāciju aktivitātēm priekšvēlēšanu procesā nav jēgas” pilnībā vai daļēji piekrīt tikai ceturtdaļa (25,4%) respondentu.

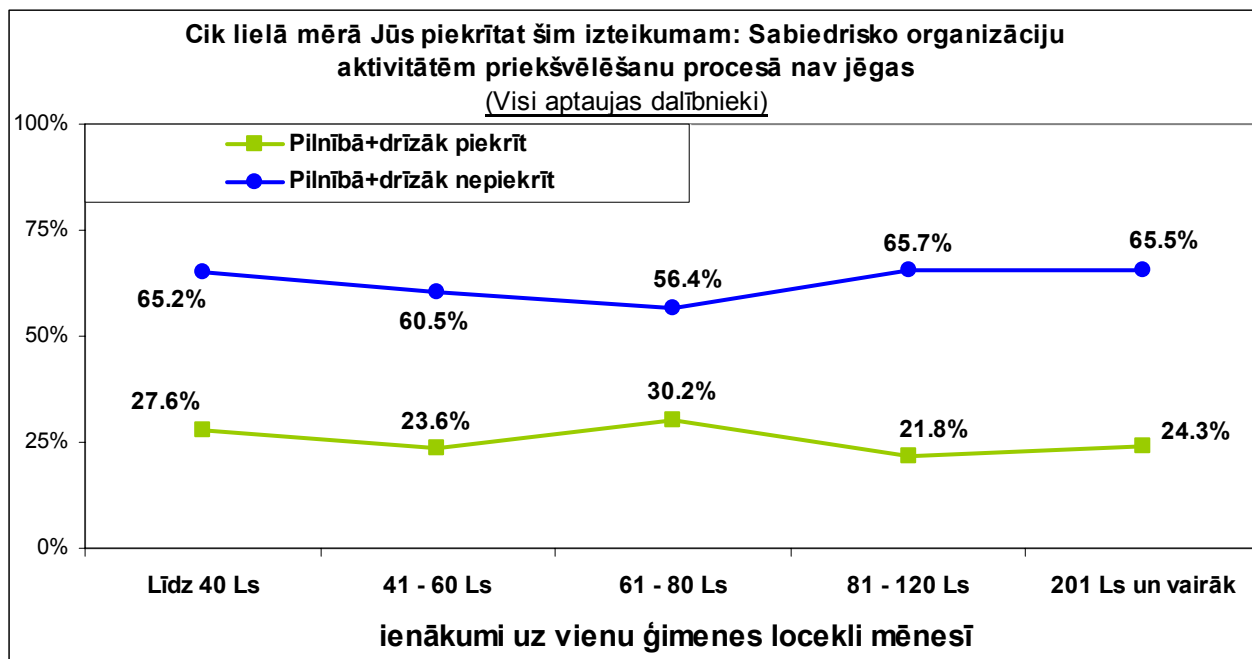


Analizējot respondentu atbildes pēc to sociāli demogrāfiskajām pazīmēm redzams, ka izteikumam par to, ka sabiedriskās organizācijas “liek politiķiem ievērot likumus”, vairāk piekrīt gados jaunāki un materiāli nodrošinātāki respondenti. Arī apgalvojumam, ka “sabiedrisko organizāciju aktivitātes vērš sabiedrības uzmanību uz iespējamām nelikumībām priekšvēlēšanu procesā”, galvenokārt piekrīt gados jaunākie un materiāli nodrošinātākie aptaujas dalībnieki, kā arī respondenti ar augstāku izglītības līmeni. Savukārt skeptiskāk noskaņoti pret sabiedrisko organizāciju spēju ietekmēt politiskos procesus priekšvēlēšanu laikā ir gados vecākie respondenti, kā arī aptaujas dalībnieki ar pamata vai nepabeigtu vidējo izglītību un vidēju ienākuma līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī. Galvenās tendences sociāli demogrāfiskajās grupās atspoguļo turpmākie grafiki.







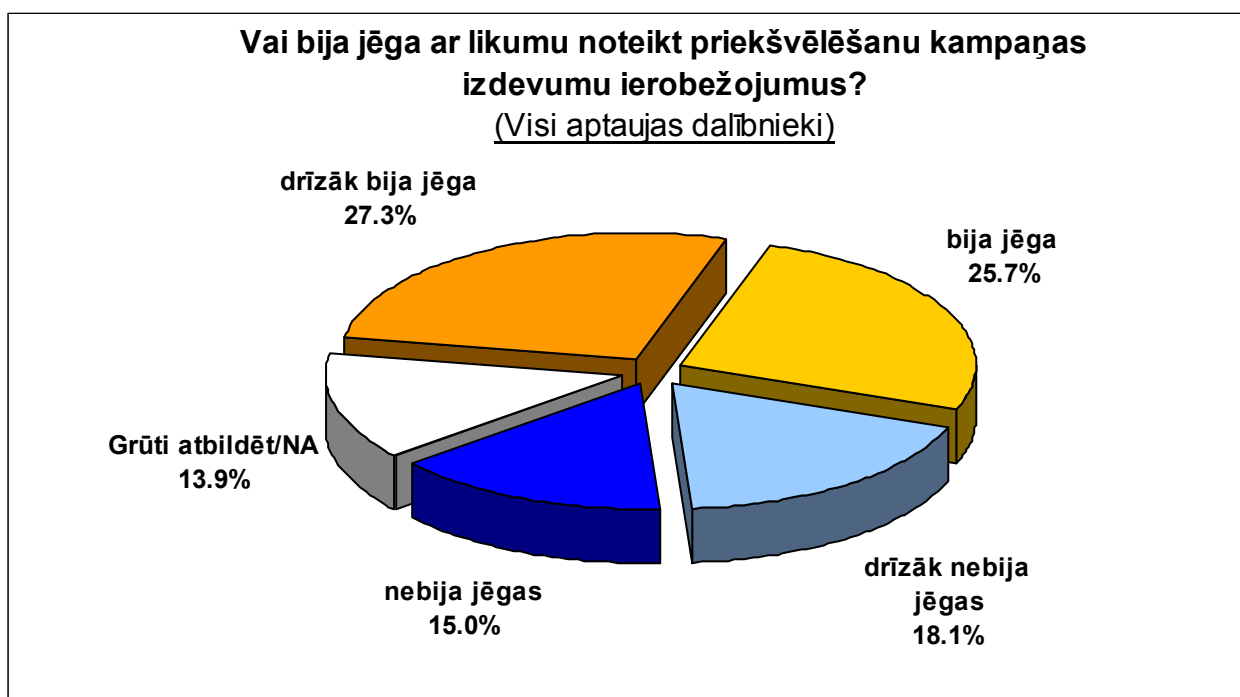


4. Ar likumu noteikto politisko partiju priekšvēlēšanu kampaņu izdevumu ierobežojumu vērtējums

Aptaujas jautājums:

- *“Runājot par pagājušajām pašvaldību vēlēšanām, kā Jūs domājat, vai bija jēga ar likumu noteikt politisko partiju priekšvēlēšanu kampaņas izdevumu ierobežojumus?”*

Vairāk kā puse (53%) aptaujas dalībnieku uzskata, ka “bija jēga ar likumu noteikt politisko partiju priekšvēlēšanu kampaņas izdevumu ierobežojumus”. Pretējās domās ir trešdaļa (33,1%) visu respondentu.



Analizējot respondentu atbildes sociāli demogrāfiskajās grupās redzams, ka noteiktajos priekšvēlēšanu kampaņu izdevumu ierobežojumos biežāk sliecas saskatīt jēgu gados jaunie un gados vecākie respondenti, kā arī aptaujas dalībnieki ar vidēju un vidēji augstu ienākumu līmeni. Savukārt skeptiskāk pret noteiktajiem ierobežojumiem izturas respondenti ar augstāku uzglītības līmeni.

