

Partiju publiskā finansējuma nepieciešamība

Māris Graudiņš,
Consensus PR prezidents,
bij. ASV Kongresa kampaņas
finanšu direktors

Nesen *Providus* rīkotajā konferencē par politisko kampaņu finansēšanas reformām gan eksperti, gan Saeimas politiķi kā līdzekli naudas ietekmes samazināšanai politikā par prioritāti izvirzīja tikai vēlēšanu kampaņu izdevumu ierobežošanu.

Divaini ir tas, ka KNAB vadības aizrādījumi, ka 65% no visiem ziedojumiem ir šķietami nelegāli, «neizsauc nekādu reakciju no Saeimas partiju pārstāvjiem» (*Diena*, 1.XD). Juta Striķe skaidroja, ka ir ļoti apšaubāmi, vai daudzām privātpersonām un uzņēmumiem ir bijuši tik lieli ieņēmumi, kas varētu segt lielās ziedojumu summas. Līdz ar to ir pamats domāt, ka korupcijas mazināšanai nepieciešams arī radīt apstākļus, kur partiju ieņēmumi arvien vairāk atbilst likumdošanas prasībām.

Meklējot šķietami vieglāko, nesāpīgāko ceļu vēlēšanu kampaņas reformai, izdevumu ierobežošana ir kā kļūtu par līdzekli, ar ko parādīt sabiedrībai, ka kaut kas tiek darīts, lai mazinātu naudas ietekmi politikā. Bet vai izdevumu ierobežošana nekļūtu tikai par fasādi turpmākajai plašai nelegālo ziedojumu vākšanai?

Ja varam kaut daļēji ticēt KNAB vadības secinājumam, tad būsim spiesti atzīt, ka daļēji ierobežojot nelegālu finanšu līdzekļu izmantošanu, — tā nav nekāda brinuma nūjiņa, ar ko mēs sasniegsim kvalitatīvi jaunu līmeni ētiskās pilsoniskās sabiedrības izveidei politisko kampaņu jomā.

Lai gan presē bieži minēti piemēri no Eiropas valstu dažādām praksēm, šajā gadījumā

lietderīgāk būtu paskatīties uz valsti, kas jau ilgi strādājusi pie pakāpeniskas vēlēšanu finansēšanas sistēmas sakārtošanas un kurai ir visnotaļ visapjomīgākie normatīvie akti šajā jomā.

Lūk, Amerikas Savienotajās Valstīs ir ieviesta stingra kārtība, nosakot maksimālos izdevumus, kas ir cieši saistīti ar valsts līdzfinansējumu kampaņai. Kā tas darbojas? Lai jebkura partija vai cita vēlēšanu organizācija, kas atbalsta kādu kandidātu, saņemtu valsts līdzfinansējumu, vispirms ir jāsavāc noteikts ziedojumu minimums. Tas norāda uz organizācijas nopietnību. Jebšu organizācijai ir jābūt bijušai zināmam sabiedrības atbalstam iepriekšējās vēlēšanās, respektīvi, jāpārvar noteikta procentu barjera. Ziedojumiem jābūt no ģeogrāfiski dažādām vietām un ar likumā noteiktu ziedotāju skaitu, lai nerastos situācija, kad šaura personu grupa apelē pie valsts finansējuma.

Savukārt valsts apņemas maksāt noteiktu summu vēlēšanu organizācijai vienīgi tad, ja tā nepārsniedz maksimāli atļautos izdevumus un ja kandidāts apņemas nepārsniegt zināmu summu, ko iegulda no saviem personīgiem līdzekļiem. Rezultātā nav pilnīgas garantijas, ka visi ziedojumi ir legāli, bet tomēr abi vēlēšanu kampaņas zobena asmeņi — gan ieņēmumi, gan izdevumi — tiek reglamentēti.

Valsts līdzfinansēšanas apjoms ir stimulē godīgai rīcībai, jo potenciālais sods, nesāņemot līdzfinansējumu, ir pietiekami sāpīgs, nemaz nerunājot par iespējamo kriminālatbildību. Līdz ar to nerodas situācijas, kādas mēs redzam Latvijā, kad vēlēšanu kampaņu konsultantu uzņēmumi paši ziedo 25 000 latu tai pašai partijai, kam tie veic pakalpojumus. Nav citu līdzīgu mehānismu, kur trešā puse «atmazgā» savu ziedojumu.

Bet vai Latvija var atļauties

līdzfinansēt politiskas organizācijas? Drīzāk varbūt jāpārfrāzē šis jautājums un jāvaicā, vai Latvija var to atļauties nedarīt? Wai mēs varam turpināt akceptēt to, ka divas trešdaļas no partiju saņemtajiem līdzekļiem ir miklaiņas izcelsmes nauda ar nezināmu ietekmi turpmākajos politiskajos procesos, kur tiek izšķirts liktenis par daudz lielākām summām?

Raugoties uz sabiedrības skepsi pret politiskajām partijām un uz allaž grūto budžeta situāciju, pirmais solis varētu būt Ls 50 000 līdzfinansējums tām partijām un vēlēšanu organizācijām, kas 60 dienas pirms vēlēšanām pašas spējušās savākt vismaz Ls 50 000 no vismaz 50 ziedotājiem, tā atstājot 30 dienas ziedojumu izcelsmes pārbaudīšanai pirms līdzfinansējuma izmaksas. Kad nākotnē budžets atļautu lielāku rīcības brīvību no valsts puses, varētu piemērot otro pakāpi, kur par papildu Ls 50 000 ziedojumu savākšanu pienāktos analogiski lielāka valsts līdzfinansējuma summa.

Tomēr zobena otrais asmeņs pieprasītu vēlēšanu organizācijām apņemtus ierobežot kampaņas elektronisko reklāmu raidlaiku izdevumus līdz Ls 100 000. Reklāmu raidlaiks ir viegli kontrolējams, un tā ierobežošana samazinātu nesamērīgu sabiedrības kolektīvās psihe ietekmēšanu dažos no visuzticamākajiem plašsaziņas līdzekļiem. Vēl pieliekot klāt vides reklāmas ierobežojumu, jo spēcīgāk samazinātu vēlēšanu kampaņas banalizāciju un seklumu par labu perspektīvu drukas mediju nosacīti dziļākam saturam.

Turklāt valsts varētu atcelt partiju brīvos LTV raidlaikus, kas nav izlutināti ar īpaši augstu skatītāju reitingu. Tā vietā pieprasot desmit brīvas reklāmas minūtes katrā televīzijas kanālā, kas lieto valsts pieslēgtās ētera

frekvences. Reklāma tomēr ir komunikācija, kas iepazīstina vēlētāju ar «dzīva» kandidāta vēstulēm un ar vispārējām elementārām rūpēm vai viedokļiem. Ikas piemīt kandidātam vai partijai. Kā atgādināja deputāts A.Latkovskis (JL), «nav Latvijā tāda politiskā vēsture, kur (...) sabiedrība ir pamatīgi iepazīstināta ar partiju darbības pieredzi un tradīcijām».

Ņemot vērā grūtības neaizbūgri noteikt tēriņus visās kampaņas jomās visos Latvijas reģionos pirmajam kampaņas reformu soļim nevajadzētu būt kopīgo izdevumu ierobežojumam. Citādi mēs tikai veicināsim aplokšņu algas maksājumus kampaņas darbiniekiem un citus aplinkus: celus, kā lielākajam partijām turēties zem maksimālo izdevumu stripas.

Spriežot pēc 8.Saeimas vēlēšanu rādītājiem, pirms Eiropas Parlamenta vēlēšanām ne vairāk kā 10—12 partiju pretendētu uz šādi valsts līdzfinansējumu. 600 000 latu nebūtu nāvīgs trieciens valsts budžetam, bet tas būtu nozīmīgs pirmais solis, kas kopā ar 100 000 latu reklāmas rādītāja maksimumu atslogotu nepieciešamību vervēt un manipulēt ar nelegāliem ziedojumiem. Turklāt stātos spēkā autotūlītisks 50 000 latu «sods», ja saskaņā konstatētu vēlēšanu organizācijas ļaunprātību ziedojumu vākšanā.

No vēlētāju puses būtu skaidri redzams, kuri vēlēšanu sarakstīti gatavi pakļauties sabiedrības veselīgai ierobežot nesamērīgas elektronisko mediju apelācijas un vēlētāju simpātījam. No pilsoniskās sabiedrības veidošanas viedokļa būtu veicināta ētisku politisko kustību līdzdalība vēlēšanu kampaņās un minimāli samazināta disproporcija starp masu un privāto izveides laukmeta (Dun Rīgas domes valdošajām partijām un pārējā politiskā spēlētāja. ◆