Biznesa augstskolas Turība konferenču rakstu krājums

Radīt nākotni: komunikācija, izglītība, bizness

XIV starptautiskā zinātniskā konference

Turība
Biznesa augstskola

2013. gada 30. maijs
ISSN 1691-6069

THE HAGUE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
ACADEMY OF EUROPEAN STUDIES & COMMUNICATION MANAGEMENT

VALSTS KANCELEJA

LATVIJAS DARBA DEVĒJU KONFEDERĀCIJA
SOCIĀLAIS DIALOGS 20

Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera

LATVIJAS PAŠVALDĪBU SAVIENĪBA

LATVIJAS ASOCIĀCIJA SABIEDRISKO ATTIECĪBU PROFESIONĀĻIEM

radošuma pils

Baltais

Aldaris

līgatne

BIZNESAM.LV
Jauni risinājumi — Jaunas iespējas

labadruka.lv

Lifelong Learning Programme

IT Express

ESF
EIROPAS SOCIĀLAIS FONDS
IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

TUSP
Biznesa augstskolas Turība
Studējošo pašpārvalde

Biznesa augstskolas Turība konferenču rakstu krājums

XIV starptautiskā zinātniskā konference

RADĪT NĀKOTNI: KOMUNIKĀCIJA, IZGLĪTĪBA, BIZNESS

Rīga
2013. gada 30. maijs

Proceedings of the Conference of Turiba University

XIV International Scientific Conference

CREATING THE FUTURE: COMMUNICATION, EDUCATION, BUSINESS

Riga
30 May 2013

Biznesa augstskolas *Turība* konferenču rakstu krājums

XIV starptautiskā zinātniskā konference
RADĪT NĀKOTNI: KOMUNIKĀCIJA, IZGLĪTĪBA, BIZNESS

Biznesa augstskolas *Turība*
tālr.: 67622551, e-pasts: turiba@turiba.lv

Konferences organizācijas komiteja:

Andris Pētersons, Dr.sc.soc., asoc.prof., Biznesa augstskola *Turība* Sabiedrisko attiecību fakultātes dekāns, Latvija
Len Middelbeek, Dhr., De Haagse Hogeschool, Nīderlande
Dennis L. Wilcox, PhD, prof. emeritus, San Jose State University, ASV
Gregory Simons, PhD, Uppsala universitet, Zviedrija
Algimantas Urmonas, Dr., prof., Mykolo Romerio universitetas, Lietuva
Vladislav V. Fomin, Dr.hab, prof., Vytauto Didžiojo universitetas, Lietuva
Ainārs Dimants, Dr.phil., prof., Biznesa augstskola *Turība*, Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes priekšsēdētājs, Latvija
Guntis Zemītis, Dr.hist., asoc.prof., Biznesa augstskolas *Turība* profesionālā maģistra studiju programmas Sabiedriskās attiecības direktors, LU Vēstures institūta direktors, Latvija
Ineta Lipša, Dr.hist., Biznesa augstskolas *Turība* Komunikācijas zinātņu katedras vadītāja, Latvija
Vita Zariņa, Dr.oec., asoc.prof., Biznesa augstskola *Turība* Uzņēmējdarbības vadības fakultātes dekāne, Latvija
Dainis Locāns, Latvijas Biznesa konsultantu asociācijas izpilddirektors, Latvija
Mudīte Priede, Latvijas Pašvaldību savienības ģenerālsekretāre, Latvija
Lita Kokale, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras sabiedrisko attiecību vadītāja, Latvija
Laine Kučinska, Valsts kancelejas Komunikācijas departamenta vadītāja, Latvija
Ilze Pavlova, Valsts kancelejas Komunikācijas departamenta vadītāja vietniece, Latvija
Guna Geikina, Radošuma pils projektu vadītāja, Latvija
Kaspars Vingris, LDDK projektu vadītājs, Latvija
Lelde Zvirgzdiņa, Biznesa augstskolas *Turība* projektu vadītāja, Latvija
Valdis Tilgalis, Biznesa augstskolas *Turība* profesionālā bakalaura studiju programmas Latvija Starptautiskās komunikācijas vadība direktors, Latvija
Renāte Cāne, Biznesa augstskolas *Turība* lektore, Latvija

Rakstu krājuma redakcijas kolēģija:

Waldemar Dotkuś, Dr.hab, prof., Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polija
Maija Rozīte, Dr.geogr., prof., Biznesa augstskola *Turība*, Latvija
Kristina Miliauskaitė, Dr., asoc.prof., Mykolo Romerio universitetas, Lietuva
Suat Begec, Phd, Çağ Üniversitesi, Turcija
Modrīte Pelše, Dr.oec. asoc.prof., Latvijas Lauksaimniecības universitāte, Latvija
Ilmārs Vīksne, Dr. sc.ing., Biznesa augstskola *Turība*, Latvija
Diāna Rumpīte, Dr.paed, asoc.prof., Rīgas Tehniskā universitāte, Latvija – angļu valodas redaktore
Diāna Rūpniece, Rīgas Tehniskā universitāte, Latvija – angļu valodas redaktore

ISSN 1691-6069
© SIA "Biznesa augstskola *Turība*", Rīga, 2013
Izdevniecības vadītāja Daiga Rugāja

* * *

Sveicināti, komunikācijas teorētiķi un praktiķi, sabiedrisko attiecību speciālisti, uzņēmēji, vadītāji un tie, kuri par tādiem mācās būt! Sveicināti, visi interesenti!

Ikviena cilvēka nākotni nosaka šodienas rīcība. Tāpēc jau šodien ir svarīgi atbildēt uz nākotnes jautājumiem. Pēc konferences "Radīt nākotni: Komunikācija. Izglītība. Bizness" organizētāju domām, šādu jautājumu ir bezgalīgi daudz, jo vienmēr var vaicāt – ko darīt tālāk? Mēs izvēlējāmies deviņus Latvijas nākotnei svarīgus jautājumus, uz kuriem centīsimies atbildēt šodien, konferences laikā:

- Kurās nākotnes tehnoloģijās varam būt spēcīgi pasaulē?
- Kādi ir risinājuma varianti vienota Latvijas sabiedriskā medija izveidei?
- Kā nopelnīt, rūpējoties par dabu?
- Kā mērīt atdevi no sabiedriskajām attiecībām?
- Kādas ir ilgtspējīga biznesa versijas?
- Kādas ir inovatīvas idejas radoša un profesionāla valsts civildienesta izveidei?
- Kas jādara skolotājam, lai skolēns būtu konkurētspējīgs?
- Kā Latvijas zinātnei attīstīt valsti?
- Kas ir darāms, lai kultūra netiktu uzskatīta par elitāru nodarbi?

Svētais Augustīns teicis, ka tagadne esot kā naža asmens, uz kura mēs stāvam starp pagātni un nākotni. Šī naža asmens, tagadnes brīdis, kļūst arvien plānāks, arvien grūtāk ir noturēt līdzsvaru, jo jaunās tehnoloģijas un cilvēki mūs rauj uz priekšu mežonīgā ātrumā. Tāpēc ikviens no mums vēlas uzzināt, kas ar viņu notiks nākamajā solī. Ceru, ka, dzerot rīta kafiju, ar Microsoft video sarunu iekārtas starpniecību to jau uzzināsāt no mūsu konferences varoņa, grāmatas "Kad sākas nākotne?" autora, zviedru nākotnes paredzētāja Magnusa Lindkvista. Par mūsu, par mūsu valsts un tās mugurkaula – uzņēmēju nākotni, kas vislielākajā mērā atkarīga no komunikācijas un izglītības, spriedīsim visu dienu. Runāsim atklāti un droši, jo atklātība ir kļuvusi par normu gan komunikācijā, gan biznesā, gan izglītībā līdzīgi kā skaitļos 24/7 ietvertā balansēšana uz naža asmens visas diennakts ilgumā.

Pirms simt piecdesmit gadiem, Itālijas valstij grūtā laikā, tās militārais un politiskais vadītājs Džuzepe Garibaldi sacīja, ka grauda vērtību nosaka tā ražība, bet cilvēka vērtību nosaka labums, ko viņš var dot savam tuvākajam. Redzot, kādus cilvēkus ir pulcējuši konference "Radīt nākotni: Komunikācija. Izglītība. Bizness" 2013. gada 30. maijā, esmu pārliecināts, ka mēs šodien dosim patiesi lielu labumu visai valstij. Lai mums sekmējas!

Andris Pētersons, Dr.sc.soc., asoc.prof.
Sabiedrisko attiecību fakultātes dekāns
Biznesa augstskola *Turība*

* * *

Dear theoreticians and practitioners of communication, specialists of public relations, managers and those who are studying in order to become one of them! Hello everybody interested in these issues!

The future of any person is determined by today's activities. Therefore, it is important to answer the questions of future today. According to the viewpoint of the organizers of Conference "Creating Future: Communication. Education. Business", there are plenty of such questions as one can always ask – what to do next? We have chosen 9 questions, essential for the future of Latvia; and we will try to answer them today, during the Conference:

- Which are the future technologies we are strong at a global level?
- What are the solutions for creating a united mass medium in Latvia?
- How to earn by taking care of nature?
- How to measure the value of public relations?
- What are the versions of sustainable business?
- What innovative ideas are there for creating professional state civil service?
- What should the teacher do in order to make the student competitive?
- How can Latvia's science develop the country?
- What needs to be done, so that culture does not seem to be an elitist employment?

St. Augustine has once said that present is like walking along the blade of a knife, and we are standing on it between past and future. The blade of the knife – the present moment – is getting thinner and thinner, so it is more difficult to keep balance as the new technologies and people are driving us forward at a wild speed. Therefore, each of us wants to know what will happen with us in the next step. I hope that in the morning, while drinking your cup of coffee, you got to know it, via *Microsoft* video conversation equipment, from Magnus Lindquist – a Swedish futurologist, hero of our Conference and the author of the book "When the Future Begins". Throughout the day, we are going to discuss our future as well as the future of our country and its backbone – entrepreneurs; to a great extent, future depends on communication and education. We are going to speak openly and boldly as publicity has become the standard of communication, business and education; the same, as numbers 24/7 encompass balancing on the blade round the clock.

One hundred and fifty years ago, which was a difficult period of time for the state of Italy, Giuseppe Garibaldi - its military and political leader - said: The value of a grain is determined by the harvest; the value of a person is determined by the benefit you can give to your closest people. Looking at the people brought together by Conference "Creating Future: Communication. Education. Business" on 30 May 2013, I am sure that our country will benefit from it. Good luck to all of us!

Andris Petersons, Dr.sc.soc., assoc. prof.
Dean of Faculty of Public Relations
Turiba University

Table of Contents. Saturs

Māris Andžāns. PROSPECTS OF REGIONALIZATION OF SECURITY IN THE CYBERSPACE: CASE OF THE BALTIC STATES 14

Introduction 14

1. Theoretical Aspects of Regionalization of Security and the Concept of Security 15

2. Dependence on Use of Information Technologies of the Baltic States 16

3. Cyber Threats to the Baltic States 18

Conclusions 20

Bibliography 21

Mytko Antonina. PROSPECTS AND CHALLENGES OF INFORMATION DEMOCRACY .. 25

Introduction 25

1. Information Globalization in ICT-space 26

2. Information Democracy in Political Processes 27

3. Impact of Information Democracy on the Moral and Ethical Principles of Humanity 28

4. Rapid Growth of Media Products in the Globalized World 29

5. Information Democracy and the Global Economy 30

Conclusions 30

Bibliography 31

Dalia Perkumienė, Danutė Kleinienė. THE IMPACT OF CULTURE CENTER ACTIVITIES ON THE COMMUNITY LEISURE ORGANIZATION 33

Introduction 33

1. Strategic Vision of the Cultural Policy in Lithuania 34

2. Results of the Research 35

Conclusions 37

Bibliography 38

Sigita Šimbelytė, Giedrius Nemeikšis. THE USAGE PROBLEMS OF ELECTRONIC DOCUMENT AS EVIDENCE IN THE CIVIL PROCESS IN LITHUANIA 40

Introduction 40

1. Electronic Document as Evidence in the Civil Process in Lithuania 41

2. The Problem of Primary and Secondary Documents 43

3. The Problem of Primary and Secondary Documents: Particular Cases 44

4. Electronic Signature as a Guarantor of Document's Authenticity 45

5. Admissibility and Evaluation of Electronic Information as Evidence 46

Conclusions 48

Bibliography 48

Anda Komarovska. THE ACCESSIBILITY OF TOURIST INFORMATION IN FOREIGN LANGUAGES IN RIGA AND LATVIA 51

Introduction 51
1. Characteristics of the Research 52
2. The process and Results of the Research 54
3. Discussion 59
Conclusions 59
Bibliography 60

Heinz-Axel Kirchwehm. A COMMUNICATION STRATEGY FOR OFFSET AFFECTED SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES: AVOIDING A NEGATIVE REPUTATION 62

Introduction 62
1. Theoretical Framework 64
2. Method and Materials 67
3. Findings of the Examination 68
4. Discussion 73
Conclusion 74
Bibliography 74

Anna Kasperowicz. EDUCATION CONTENT IN DISTANCE LEARNING BASED ON THE EXAMPLE OF A FIRST DEGREE PROFESSIONAL CERTIFICATION COURSE OF THE ACCOUNTANTS ASSOCIATION IN POLAND 76

Introduction 76
1. Definition of Educational Content 77
2. Professional Certification by the Accountants Association of Poland (AAP) 80
3. Content Creation Process in the Distance Learning Course of the First Degree Certification at Wroclaw Regional Branch of the Accountants Association in Poland (AAP) 82
Conclusions 87
Bibliography 88

Nadezhda Semjonova. APPLICATION OF GOVERNMENT DEBT MODELS FOR BALTIC STATES 89

Introduction 89
1. Data 90
2. Domar's Models 91
3. Crisis Model 93
4. The Governmental Debt of the Baltic States in 1995–2011 93
5. Prognosis of the Governmental Debt in the Baltic States 98
Conclusions 101
Bibliography 101

Dennis Jarvis, Ardyth B. Sohn. BLENDED MEDIA: A CASE STUDY OF A MEDICAL DEVICE CONSUMER CAMPAIGN 103

Introduction 103
Methodology 105

Conclusions 115
Bibliography 115

Ivars Namatēvs, Lotārs Dubkēvičs, Artūrs Barbars, Gints Majors. ASSESSING THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL CULTURE AND CLIMATE FOR CREATIVITY: AN EXAMPLE OF THEATRE INDUSTRY IN LATVIA 117

Introduction 117
1. Organizational Culture 118
2. Organizational Culture Typology Theories 119
3. Organizational Climate, Creativity and Factors Affecting Creativity 121
4. Assessment of Relationship Between Organizational Culture and Climate for Creativity in Two Theatres in Latvia . 122
Conclusions 127
Bibliography 128

Michal Biernacki. INTEGRATION OF LCA AND LCC IN DECISION PROCESS 130

Introduction 130
1. Life Cycle Assessment – Definition and Methodology 130
2. Life Cycle Costing – Main Scope 131
3. Life Cycle Costing and Life Cycle Assessment 132
4. Environmental Life Cycle Costing 134
Conclusion 136
Bibliography 137

Bruce Mutsvairo. PROPPING UP PROPAGANDA? EXPLORING THE ROLE OF THE HERALD NEWSPAPER IN STRENGTHENING ZANU-PF'S POLITICAL POSITION 138

Introduction 138
1. The Herald's Role in Zimbabwean Politics 140
2. Historical Overview 142
3. Discussion: Representation and Coverage 143
4. Conceptual Framework 145
Conclusions 146
Bibliography 147

Ieva Kalve, Nicolae Sali. MANAGEMENT STYLES IN LATVIA AND MOLDOVA – DIFFERENCES AND SIMILARITIES 151

Introduction 151
Empirical Pilot Research on Management Processes 153
Conclusions 159
Bibliography 160
Annexes 161

Cem Gucel, Suat Begec, Strele Iveta. COMPETITIVENESS – A KEY TO BUSINESS VIABILITY 164

Introduction 164

1. Competitiveness of Enterprises 165
2. Major Factors Affecting Competitiveness of Latvian Companies 169
Conclusions 175
Bibliography 177

Ernests Saulītis. IESKATS PUBLISKĀS KORPORĀCIJAS JĒDZIENA JURIDISKAJĀ IZPRATNĒ UN TO EKONOMISKĀ NOZĪME MŪSDIENĀS 180

Ievads 180
1. Publisko korporāciju izveidošanas tiesiskais pamats 182
2. Publisko korporāciju veidošanas iemesli 184
3. Publiskās korporācijas Latvijā 186
4. Publisko korporāciju attīstības tendences mūsdienās 190
Secinājumi 193
Izmantotās literatūras saraksts 194

Una Skrastiņa, Džeina Gaile. VIDES PRASĪBU VĒRTĒŠANA PUBLISKAJOS IEPIRKUMOS 198

Ievads 198
1. Kāds ir mērķis? 199
2. Kā to varētu īstenot ikdienā? 200
3. Normatīvais regulējums 201
4. Kāda palīdzība ir pieejama, veicot ZPI? 203
5. Kur esam šobrīd? 203
6. Kas ir gaidāms turpmāk? 204
Secinājumi 206
Izmantotās literatūras saraksts 207

Māra Pētersone. PROCESU VADĪŠANAS ĪPATNĪBAS MUITAS DIENESTOS 209

Ievads 209
1. Muitu dienestu darbības procesi 210
2. Procesu klasifikācija muitas dienestos 212
3. Procesu vadīšanas reglamentējošā kārtība 214
4. Procesu vadīšanas ietekmes sfēras 216
Secinājumi 218
Izmantotās literatūras saraksts 219

Inese Lūsēna–Ezera, Kristīne Bārdule. TEHNOLOĢIJAS MŪSDIENU SKOLĀ – NEPIECIEŠAMĪBA UN IZAICINĀJUMI 221

Ievads 221
1. Nepieciešamās kompetences informācijas sabiedrībā 223
2. IKT izmantošana kompetenču attīstīšanai 224
3. Informācijas un komunikāciju tehnoloģiju iekļaušana valsts pamatizglītības standartā Latvijā 225
4. IKT izmantošanas iespējas mācību procesā 228

Secinājumi 231
Izmantotās literatūras saraksts 232
Sandra Murinska. LAIKRAKSTA LOMA REĢIONA KOPIENĀ 234
Ievads 234
1. Piederība kopienai 236
2. Vietējā komunikācija kā kopienas analīzes līdzeklis 237
3. Pētījuma datu bāze 239
4. Kādēļ kopienas laikraksti reģionā ir tik populāri? 239
Secinājumi 243
Izmantotās literatūras saraksts 244
Sintija Sudmale. ATTIEKSME PRET PLAĢIĀTU AUGSTSKOLĀS PĀRMAIŅU VADĪBAS KONTEKSTĀ 246
Ievads 246
1. Metode 252
2. Rezultāti un diskusija 253
Secinājumi 255
Izmantotās literatūras saraksts 256
Lilita Seimuškāne. PAŠVALDĪBU REFERENDUMU IEVIEŠANAS PROBLĒMJAUTĀJUMI LATVIJĀ 259
1. Teorētiskais ietvars 259
2. Līdzdalības tiesiskais pamats un regulējums pašvaldību līmenī Latvijā 261
3. Izpētes metodoloģija 262
4. Izpētes rezultāti 263
Secinājumi 267
Izmantotās literatūras saraksts 269
Līga Mirlina. KOMUNIKĀCIJAS LOMA LATVIJAS VALSTS PĀRVALDĒ: TENDENCES UN IZAICINĀJUMI 271
Ievads 271
1. Valsts pārvaldes komunikācijas attīstības posmi 272
2. Izpratne par komunikācijas lomu un izmantotās metodes Latvijas valsts pārvaldē 274
3. Valsts pārvaldes komunikācijas turpmākās attīstības iespējas 277
4. Izaicinājumi valsts pārvaldes komunikācijai sociālo mediju laikmetā 279
Nobeigums 282
Izmantotās literatūras saraksts 284
Laila Vaivode. ES MIERA UZTURĒŠANAS MISIJU LOMA KRĪŽU NOREGULĒJUMĀ ŠODIEN UN NĀKOTNĒ 286
1. Eiropas Savienības miera uzturēšanas misiju nozīme konferences kontekstā 286
2. ES miera uzturēšanas misiju būtība un vēsturiskā attīstība no pirmsākumiem līdz 2013.gadam 287
3. ES misijas EULEX- Kosovo pozicionēšana no 2008.gada līdz 2013.gadam 291

4. Misijas personāls – atslēgas raksturlielums 293
5. EULEX-Kosovo rezultāti izpildu funkciju īstenošanā attiecībā pret Kosovas tiesību speciālistu rezultātiem 295
6. EULEX-Kosovo krīzes komunikācijas modeļa ekspress-analīze uz situatīvas analīzes modeļa bāzes 296
Secinājumi 298
Izmantotās literatūras saraksts 299

Jānis Roze. BAR-ON EMOCIONĀLĀ INTELEKTA APTAUJAS ADAPTĀCIJA 302

Ievads 302
1. Emocionālā intelekta izpratne 303
2. Emocionālā intelekta noteikšanas pieejas 304
3. Metode 305
Secinājumi 310
Izmantotās literatūras saraksts 311

Ineta Grīne. ĢEOSPĒLES UN TESTI ĢEOGRĀFIJAS APGUVĒ 313

Ievads 313
1. Spēles mācību procesā 313
2. Izglītojošās datorspēles mācību procesā 314
3. Izglītojošās spēles un testi ģeogrāfijā 315
Secinajumi 321
Izmantotās literatūras saraksts 321

Maija Rozīte, Aija van der Steina. RĪGAS IEDZĪVOTĀJU ATTIEKSME KĀ NOZĪMĪGS ILGTSPĒJĪGA TŪRISMA ATTĪSTĪBAS KRITĒRIJS 323

Ievads 323
1. Literatūras apskats 324
2. Pētījuma apraksts un metodes 325
3. Rezultāti 326
Secinājumi un diskusija 334
Izmantotās literatūras saraksts 336

PROSPECTS OF REGIONALIZATION OF SECURITY IN THE CYBERSPACE: CASE OF THE BALTIC STATES

Māris Andžāns
Rīga Stradiņš University, Latvia

As information technologies are embedding in increasing number of spheres of everyday life of modern states and societies, dependence on the use of them transforms in new vulnerabilities and security concerns for entire states. This article investigates regionalization of security in the cyber space by using the case of the Baltic States– Estonia, Latvia and Lithuania – as an example. Nowadays in many ways significance of distance and borders is of less importance and also interstate threats can change their environment to the cyber space and their form to cyber threats. Thus, cyber threats can be viewed as new forms of expression (instruments) of threats that previously have been executed through the physical space. At the same time, the cyber sector can be viewed as a distinct sector of security and also regional cyber security complexes (sector-specific complexes) can be defined and identified in empiric analyses. Such complexes may form where distinct regional security interactions are clearly visible in the cyber space and they stand out among other regions. Regarding the Baltic States, it is concluded that, in general, they share high dependence on use of information technologies, they share similar cyber threat landscape (includes probability of state sourced attacks) and they also share similar policies towards cyber threats (which are coordinated among them at a certain extent). Thus, it can be considered, they form a separate regional cyber security formation.

Keywords*: information technologies, the cyberspace, cyber security, the Baltic States*.

Introduction

Information technologies are embedding in increasing number of spheres of everyday life of modern states and their societies and there are no signs that this trend could retreat. With the increasing use of information technologies by public administrations, private companies and individuals not only they can become more effective and utilize new opportunities but also they increasingly become subjects to different threats in the cyber space. Threats may arise from technical incidents, natural disasters, intentional or unintentional actions of humans, threats may vary from theft or abuse to espionage and cyber wars, sources of threats to entire states may vary from individuals to state sponsored groups or other states, targets may be chosen randomly or they may be chosen intentionally, etc.

Aim of this article is to investigate regionalization of security in the cyber space by using case of the three Baltic States – Estonia, Latvia and Lithuania – as an example. The Baltic States have been generally considered to form a distinct region (group of states) characterized by similar situation in different fields and closer interstate relations in many fields, including security landscape and military cooperation. Do the Baltic States share also common cyber threats and common vision of cyber security? Do the Baltic States form a kind of a regional cyber security complex? What are the prospects of the regionalization of security in the cyber space?

This article has been elaborated using qualitative research methods, and it is based on different sources, including literature, statistical data, official documents, statements. To answer the questions stated above, the article proceeds with a brief review of theoretical aspects of regionalization of security and the concept of security, which is followed by characterization of dependence on use of information technologies of the Baltic States and by their current cyber threats (this article focuses on state sourced threats against other states) and their vision of cyber security.

1. Theoretical Aspects of Regionalization of Security and the Concept of Security

Security in international relations can be analysed at different levels. The regional level is probably the most appropriate level to analyse actors whose impact does not spread to the global level and issues which are region specific. The regional level also allows closer analysis of particular issues, including threats – as threats often are region specific and, in general, in the physical space they usually overcome smaller geographical distances easier and faster. Accordingly, also nowadays conflicts between and among states can be observed at the regional level.

In the international relations theory regions usually are understood as parts of the international system – as subsystems – that are bounded by geography and other common patterns according to the specific context, for example, political integration, cooperation among states, language, religion, history, etc. Probably the best known theoretical approach of analysis of security at the regional level is regional security complex theory. Theory, originally developed by Buzan, offers a framework for analysis of security at the regional level. Initially, "classical" security complex theory defined security complex as "a group of states whose primary security concerns link together sufficiently closely that their national securities cannot realistically be considered apart from one another" (Buzan, 1983, p. 106) (the "classical" definition later stated also as "a set of states whose major security perceptions and concerns are so interlinked that their national security problems cannot reasonably be analyzed or resolved apart from one another" (Buzan et al., 1998, p. 12)). Initially, to trace complexes, historically developed "complex patterns of alignment and enmity" and links that tie together complexes – geographical, political, strategic, historical, economic, cultural (Buzan 1983, pp. 105, 106) – were underlined; later, patterns of amity and enmity, also interdependence among states were underlined, and, in addition, role of other factors like cultural and racial ties (patterns) and economic factors was highlighted (Buzan, 1991, pp. 190, 193, 196, 197, 202). At this point this theory mainly concentrated on states as actors and political and military security.

Later, the theory was reformulated to include wider understanding of security and actors, and another concept of the so called "Copenhagen School" – "securitization"– was included. In general terms, according to the initial conceptualization of securitization, an issue becomes a security issue because with an act of speech something is presented as existentially threatened and, accordingly, it is moved outside the borders of normal politics (Buzan et al., 1998, pp. 23–26). The reformulated definition defines security complex as "a set of units whose major processes of securitization, desecuritization, or both are so interlinked that their security problems cannot reasonably be analyzed or resolved apart from one another" (Buzan et al., 1998, p. 201). Most of the links and binding factors mentioned above were not excluded.

According to most of analyses of the Baltic States under regional security complex theory, Estonia, Latvia and Lithuania have been considered as an interlinked security region (as a sub-region or a sub-complex of a regional security complex) with Russia and related issues as primary security concerns. Authoritative researchers in this field – Buzan and Wæver – in 2003 considered that the Baltic States form a sub-region of the "post-Soviet" regional security complex (Buzan and Wæver, 2003, pp. 350, 397, 415, 430), later – in 2009, Buzan and Hansen have mentioned the Baltic States as a part of the "EU-Europe" (Buzan and Hansen, 2009, p. 180). Most of analyses of the Baltic States under regional security complex theory have included review of them in different security interactions (multiple security sectors).

Regional security complex theory has been developed in different directions. One of the directions has been analysis of homogeneous complexes (also called as sector-specific complexes as they offer analysis of isolated "sector-specific security dynamics" (Buzan et.al. 1998, p. 17)), for example, arguing of existence of regional energy security complexes or hydropolitical security complexes. According to the latter, hydropolitical security complex can be defined as "including those states that are geographically part "owners" and technically "users" of the rivers and further, as a consequence, consider the rivers as a major national security issue" (Schulz 1995, p. 97), but according to the former – regional energy security complexes are "formed by energy related interaction between two or more states in a limited geographical area, which includes an energy dependency relationship between the states involved and perception of this dependency as a threat (securitization)" (Palonkorpi draft (quoted with permission of the author), p. 3). These examples of sector-specific regional security complexes underline the paramount link with the concept of security. Although being seemingly straightforward, also this concept has been understood differently. Historically, security in interstate relations has been mainly associated with military threats and, accordingly, it has been mainly understood as military security. Under the "widened security agenda", for example, Buzan et al. have analysed security not only in the military, but also in the political, the economic, the environmental and the societal security sectors (important to note, however, that sectors are seen as a "purely analytical device" (Buzan et al. 1998, p. 168)).

However, the aforementioned sectors of security and accordingly types of regional security complexes are not the only the ones possible. According to Albert and Buzan, number and types of sectors depend on existing discourses of security and, for example, discussions about possibility of differentiating law from the political sector, gender and religion from the societal sector, financial from the economic sector are mentioned (Albert and Buzan, 2011, pp. 415, 413, 414, 420). One of options would be to consider cyber threats as an expression (as a new instrument) of different other intentions, thus seeing cyber threats as a part of different security sectors, for example, cyber conflicts as a part of military conflicts could be considered as an issue of the military sector (Andžāns, 2012, pp. 72, 77). However, with the growing importance of threats in the cyber space and as they have become one of the most widely discussed at the international level (usually referred to as one of the "new threats"), the cyber sector could be viewed also as a distinct security sector and also regional cyber security complexes could be defined and identified in empiric analyses.

2. Dependence on Use of Information Technologies of the Baltic States

For an issue to become a major security issue on national level, it has to be existential at least in some aspect. As states and societies vary, also their vulnerabilities and security concerns vary. According to

different indexes and reviews (for example, by Net Index, Pando Networks, Akamai Technologies), at least one of the Baltic States usually ranks among the top countries in the world as having the highest download and/or upload speed of the Internet. However, speed of the Internet serves only as one of the characteristics of the significance of information technologies and their supported services in the Baltic States.

Estonia, sometimes also called as "E-stonia", has been generally considered as the most developed of the Baltic States in regards of use and availability of online services. This can be confirmed also with statistics as 75% of households in Estonia have an internet connection at home (Statistics Estonia, 2012a), 78.4 % of inhabitants (16–74 years of age) can be considered as users of the Internet (Statistics Estonia, 2012b), for 87.4% of the Internet users purpose is internet banking (99.6% of the banking transactions are done electronically (Estonian Information System's Authority, 2012)), for 90.8% – reading or downloading online newspapers/magazines and for 89.6 % – sending/receiving e-mails (Statistics Estonia, 2012c). Among the various available electronic services, it has to be underlined, that elections of local governments, the European Parliament and the national Parliament (Riigikogu) have been carried out also via the Internet, the latest census was available online and different services of public and private sectors are available online.

Situation in Latvia is similar as 68.7% of households have access to the Internet (Central Statistical Bureau of Latvia, 2012a), 70.3 % of inhabitants (16–74 years of age) use the Internet on regular basis (at least once a week) (Central Statistical Bureau of Latvia, 2012b), for 64.5% of the Internet users purpose is use of internet banks (more than 90 % of transactions of the major banks of Latvia are done electronically (Latvian Internet Association, 2011, p. 14)), for 88 % – reading online or downloading news, newspapers and magazines, for 86.4% – sending or receiving e-mails (Central Statistical Bureau of Latvia, 2012c). Although elections have not yet been carried out online, in 2011 census was available also online and different services of public and private sectors are available online (it can be estimated that approximately one fourth of services of the public administration are available also online (Latvian Ministry of Environmental Protection and Regional Development 2012, p. 60)).

Although, according to official statistics Lithuania can be considered as less dependent on the use of online services, still 55.2% of households in Lithuania have access to the Internet at home (Statistics Lithuania (Lithuanian Department of Statistics), 2012a), 67.2% of inhabitants (16–74 years of age) have used the Internet in the last three months (Statistics Lithuania (Lithuanian Department of Statistics), 2012b), for 43.7% of the Internet users purpose is internet banking, for 62.1% – reading/downloading online news, newspapers, magazines, for 54.4% – sending/receiving e-mails (Statistics Lithuania (Lithuanian Department of Statistics), 2012c). As in Estonia and Latvia, also in Lithuania the latest census was available online and different services of public and private sectors are available online.

From the statistics above it can be concluded that the Baltic States, although at different levels, are highly dependent on availability of the Internet and services provided online. Also, there is little doubt that public administrations are highly dependent on use of information technologies: public-use and internal-use electronic databases; wide range of public online services; internal, inter-institutional, international communication, communication with society (including growing use of digital signatures to sign documents) is increasingly done by using different methods of electronic communications. And although it is harder to measure dependence of essential sectors of economics like transportation,

energy, banking on information technologies, it is generally considered that such sectors become increasingly supported and dependent on information technologies. This is confirmed also by official statements, for example, the National Security Concept of Latvia states that "the public administration, society and economics depend on the services provided and supported by information technologies" (Parliament of Latvia (Saeima), 2011) and the National Security Concept of Estonia underlines that "the importance of information and communication systems within society is ever increasing, with the resilience of several other critical services depending on them" (Parliament of Estonia (Riigikogu), 2010, p. 8).

In a state of dependence on information technologies, security can be essential factor not only for availability of the services provided by them but also for trust in use of information technologies, furthermore, as use of information technologies is generally considered as a prerequisite for development and growth of innovative states and societies. Thus, realisation of major cyber threats can have severe effects on everyday life in the Baltic States.

3. Cyber Threats to the Baltic States

As in the physical space, also in the cyber space a variety of threats exist. As outlined in the introduction, threats may arise from technical incidents, natural disasters, intentional or unintentional actions of humans, threats may vary from theft or abuse to espionage and cyber wars, sources of threats to entire states may vary from individuals to state sponsored groups or other states, targets may be chosen randomly or they may be chosen intentionally, etc. This article concentrates on those threats that could be state oriented and their source could be another state. From the recent history, such examples can be identified in the Baltic States.

Estonia has been widely known for "the first-ever co-ordinated cyber attack against an entire country" (Government of Estonia, 2008, p. 6) that followed the displacement of the so called "bronze soldier" in the capital city Tallinn in the spring of 2007. With unrest in the physical space that included street riots and demonstrations and official protests from Russia, also unrest in the cyber space started – attacks against resources of the public administration, private companies (including banks, media, telecommunications companies) and other resources caused limited availability or no availability of substantial online services. At a smaller scale and lower significance compared to the attacks against Estonia, also Lithuania suffered from politically motivated cyber attacks in the summer of 2008 following the ban to use symbols of the Soviet Union and the Nazis in public events. These attacks included also defacement of approximately 300 web pages, replacing their original content with symbols of the Soviet Union and slogans against Lithuania in the Russian language. Due to specifics of information technologies complete tracing of sources of organizers of these attacks was not possible, however, in both cases there were links with Russia – including that cyber attacks were a part of broader conflicts with Russia (with official protests from Russia expressed during them) and clear signs of involvement of Russian speakers in the attacks. Irrespective of the organizers of these attacks, it is clear that cyber attacks become a part of interstate conflicts in which Russia is involved, and such a risk has to be taken into account by countries that have potential for conflicts with Russia (Andžāns, 2012, pp. 72, 74–77).

In the recent years the Baltic States have devoted significant attention to cyber security, with special emphasis also on probable interstate conflicts in the cyber space. According to official documents of

Estonia, “the use of cyberspace by terrorist organisations, organised criminals and state-sponsored actors already poses a serious global security threat”, the cyber space can be used “to prevent the state from functioning and also for propaganda purposes” (Government of Estonia, 2008, pp. 10, 21), coordinated cyber attacks “may cause significant damage to society” and the “cyberspace may be used for inciting tension and conflicts within the society” (Parliament of Estonia (Riigikogu), 2010, pp. 6, 8). In order to improve its readiness to respond to threats in the cyber space, Estonia has executed numerous activities and some of them have underlined linkage with probable interstate conflicts in the cyber space. Probably the best internationally known activities have been establishment of the Cyber Unit of the Estonian Defence League (a part of the Estonian Defence Forces) which is “a voluntary organisation aimed at protecting Estonian cyberspace” (Estonian Defence League, 2012) and establishment of the Cooperative Cyber Defence Centre of Excellence of the North Atlantic Treaty Organization (NATO CCD COE) in Tallinn.

Although Latvia so far has not encountered major publicly known incidents in the cyber space that could be considered as sourced from another state, according to official documents, such attacks cannot be ruled out in the future. The National Security Concept underlines, that by using information technologies it is possible “to impede operation of political, economic, military decision making mechanisms of a state, misinform society and cause techno-genic accidents” (Parliament of Latvia (Saeima), 2011). More recently it has been pointed to the already existing link between “politically, societally and economically sensitive events” and the increased number of “politically motivated attacks […] both from the territory of Latvia and from other states”, and also prospective “large scale electronic attacks” against Latvia are not ruled out (Government of Latvia forthcoming, 5, 3). Furthermore, the State Defence Concept of Latvia forsees that in the future a prospective adversary will be able to act not only in the physical space but also in the cyber space (Parliament of Latvia (Saeima), 2012).

Through its official documents also Lithuania devotes considerable attention to threats in the cyber space. Similarly to Estonia and Latvia, Lithuania sees that the cyberspace and public electronic services “have become an attractive target for individuals, criminal groups, political forces and other subjects” (Government of Lithuania, 2011, p. 1). Although, less known internationally, also Lithuania and Latvia have implemented certain practical measures to enhance their preparedness to respond to cyber threats. In future, demonstrating practical linkage with the national security, Lithuania, for example, plans to ensure protection of its “virtual cyber perimeter from external cyber attacks” (Government of Lithuania, 2011, p. 5) and to “develop military capabilities for responding” to cyber security challenges (Parliament of Lithuania (Seimas), 2012), but Latvia, among other activities, plans to “enhance cyber defence capabilities of the National Armed Forces” (Government of Latvia, forthcoming, p. 8).

Looking at the three Baltic States as a distinct regional formation in the cyber space, it is important to note also cooperation among them. All three Baltic States were among the founding nations of the NATO CCDCOE in Tallinn. And since 2009 also regular specialized trilateral meetings aimed at coordination of policies of security of information technologies have been organized – among the topics of these meetings have been exchange of information on the latest developments and incidents, consultations and coordination of national positions towards the outstanding issues in the European Union (EU), the NATO, the Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE), the United Nations (UN), drafting of a trilateral memorandum of understanding on cooperation in security of information technologies (CERT.LV, 2012a; 2012b).

According to the National Security Concept of Latvia, cooperation with Estonia and Lithuania is listed among priorities of Latvia in reducing threats to information technologies (Parliament of Latvia (Saeima), 2011) and it is reconfirmed by the draft Strategy of Security of Information Technologies of Latvia which aims to "strengthen interoperability and relations with Lithuania and Estonia" (Government of Latvia forthcoming, p. 9). With the increased frequency of the trilateral meetings (CERT.LV, 2012b) and the expected memorandum of understanding, probably the cooperation among Estonia, Latvia and Lithuania will become even closer.

Conclusions

The Baltic States have been generally considered to form a distinct region (group of states) characterized by a similar situation in different fields and closer interstate relations in many fields, including security landscape and military cooperation, and according to regional security complex theory they have been mostly analysed as a sub-region or a sub-complex of a regional security complex (according to authoritative researchers, initially as a part of the "post-Soviet" regional security complex, later seen as a part of the "EU-Europe"). These analyses have included review of the Baltic States in different security interactions (multiple security sectors).

However, also sector-specific security analyses of regional security complexes have been developed, thus identifying regional patterns of certain security issues. Accordingly, also regionalization of cyber threats may offer a field for analysis, in particular, because states and societies vary and so do their vulnerabilities and security concerns – for some states, whose dependence on use of information technologies is low, cyber threats may be of low importance, but for highly dependent states they may be of much higher importance. More than two thirds of households in Estonia and Latvia have access to the Internet, more than two thirds of adults in all three Baltic States can be considered as users of the Internet and bulk of them use the Internet for banking services, acquiring information, sending and receiving e-mails, etc. In all of the three states different services of public and private sectors are available online, with Estonia having held also elections of local governments, the European Parliament and the national Parliament online. Also, public administrations and essential sectors of economics are highly dependent on use of information technologies. Accordingly, there is little doubt that the Baltic States and their societies are highly dependent on information technologies. In a state of dependence on information technologies, security can be essential factor not only for availability of essential services supported and provided by them but also for trust in use of technologies, furthermore, as use of information technologies is generally considered as a prerequisite for development and growth of innovative states and societies. Thus, realisation of major cyber threats can have severe effects on everyday life in the Baltic States.

As this article concentrated on those cyber threats that could be state oriented and their source could be another state, two incidents were underlined – coordinated cyber attacks against Estonia that followed the displacement of the so called "bronze soldier" in Tallinn in the spring of 2007 and an incident of smaller scale and lower significance – politically motivated cyber attacks against Lithuania following the ban to use in public events symbols of the Soviet Union and the Nazis in the summer of 2008. Even with unclear links with Russia in both incidents, it is clear that cyber attacks become a part of interstate conflicts in which Russia is involved and such a risk has to be taken into account by countries that have potential for conflicts with Russia (Andžāns, 2012, pp. 72, 77). Also Latvia has not only observed links between sensitive events and increased number of politically motivated attacks from other states but

prospectively also large scale electronic attacks against it are not ruled out (Government of Latvia, forthcoming, p. 3).

With globally growing importance of cyber security, in the recent years the Baltic States have devoted significant attention to cyber security, including particular attention to probable interstate conflicts in the cyber space. All three of them have executed numerous activities for improving their readiness and response capabilities and as a part of those activities they already have advanced or plan to advance cyber capabilities of their military authorities. In addition to their generally similar approaches to cyber security, the Baltic States have developed and intensify their trilateral cooperation aimed at coordination of their activities.

Even though, nowadays in many ways significance of distance and borders is of less importance, typical interstate threats can change their form to cyber threats and, for example, effective blockade of a state can be executed not only physically but also in the cyber space (for example, by limiting or preventing flow of information to/from a state (not only information for the international society but also other kinds of information, like communication among agencies of public administration, communication with society, financial transactions, etc.)). The cyber space opens new opportunities also to originators of threats as they can use new forms of expression (instruments) of threats. Thus, cyber threats can be viewed as new forms of expression (instruments) of threats that previously have been executed through the physical space and at the same time they can also be seen as a separate realm. Accordingly, the cyber sector can be viewed also as a distinct security sector and regional cyber security complexes (sector-specific complexes) can be defined and identified in empiric analyses. Such complexes may form where distinct regional security interactions (including mutual or unilateral fears and suspicions, anticipated or realised threats, conflicts, etc.) are clearly visible in the cyber space and they stand out among other regions. In general, their formation may not differ from other types of sector-specific complexes or multiple security sector complexes. They may and may not align with regional security complexes in the physical space. And with the growing dependence on use of information technologies, more regional cyber security complexes may form, having also different security dynamics from physical complexes.

Basing on the review of the Baltic States, it can be concluded that, in general, they share high dependence on use of information technologies, similar cyber threat landscape which includes probability of state sourced attacks and they also share similar policies towards cyber threats which, furthermore, are coordinated at a certain extent. Thus, it can be argued that the Baltic States form a separate regional cyber security formation which could be considered as a sub-region or a sub-complex of a wider regional cyber security complex, probably centred on Russia (subject to further research). With the growing dependence on use of information technologies, more regional cyber security complexes may form having different security dynamics from physical complexes.

Bibliography

Albert, M. and Buzan, B. (2011). Securitization, sectors and functional differentiation. *Security Dialogue*, 42 (4–5), pp. 413–425. Retrieved from http://sdi.sagepub.com/content/42/4-5/413. [Last accessed 26.12.2012]

Andžāns, M. (2012). Kiberuzbrukumu vieta drošības konceptā: Krievijas konflikti ar Igauniju, Lietuvu un Gruziju. [Alignment of Cyber Attacks in the Security Concept: Examples of Conflicts between Russia and Estonia, Lithuania,

Georgia]. *Rīgas Stradiņa universitātes Zinātniskie raksti 2011, 2011. gada sociālo zinātņu nozares pētnieciskā darba publikācijas*, 72–79. lpp.

Buzan, B. (2011). Securitization, sectors and functional differentiation. *Security Dialogue*, 42 (4–5), pp. 413–425. Retrieved from http://sdi.sagepub.com/content/42/4-5/413. [Last accessed 26.12.2012]

Andžāns, M. (2012). Kiberuzbrukumu vieta drošības konceptā: Krievijas konflikti ar Igauniju, Lietuvu un Gruziju. [Alignment of Cyber Attacks in the Security Concept: Examples of Conflicts between Russia and Estonia, Lithuania, Georgia]. *Rīgas Stradiņa universitātes Zinātniskie raksti 2011, 2011.gada sociālo zinātņu nozares pētnieciskā darba publikācijas*, 72–79. lpp.

Buzan, B. (1983). *People, States, and Fear: The National Security Problem in International Relations.* Wheatsheaf Books.

Buzan, B. (1991). *People, States and Fear: An Agenda for International Security Studies in the Post-cold War Era.* New York et al.: Harvester Wheatsheaf..

Buzan, B., Wæver, O. and de Wilde, J. (1998). *Security: A New Framework for Analysis.* Colorado, London: Lynne Rienner Publishers.

Buzan, B., and Wæver, O. (2003). *Regions and Powers: The Structure of International Security.* Cambridge et al.: Cambridge University Press.

Buzan, B. and Hansen, L. (2009). *The Evolution of International Security Studies.* Cambridge et al.: Cambridge University Press.

Central Statistical Bureau of Latvia (2012a). *ITG01. Datoru / interneta pieejamība dažāda tipa mājsaimniecībās gada sākumā (% no mājsaimniecību kopskaita attiecīgajā grupā). [Access to a Computer/ the Internet by Households of Various Types at the Beginning of the Year (% of the Total Number of Households within the Corresponding Group)].* Retrieved from http://data.csb.gov.lv/DATABASE/zin/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Datoriz%C4%81cija/Datoriz%C4%81cija.asp. [Last accessed 26.12.2012]

Central Statistical Bureau of Latvia (2012b). *ITG04. Iedzīvotāji, kuri lieto datoru / internetu gada sākumā (% no iedzīvotāju kopskaita attiecīgajā grupā).[Computer / Internet Usage by Individuals at the Beginning of the Year (% of the Total Number of Individuals within the Corresponding Group)]*. Retrieved from http://data.csb.gov.lv/DATABASE/zin/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Datoriz%C4%81cija/Datoriz%C4%81cija.asp. [Last accessed 26.12.2012]

Central Statistical Bureau of Latvia (2012c). *ITG06. Iedzīvotāju interneta izmantošanas mērķi gada sākumā (%). [Purposes for Internet Usage by Individuals at the Beginning of the Year (%)]*. Retrieved from http://data.csb.gov.lv/DATABASE/zin/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Datoriz%C4%81cija/Datoriz%C4%81cija.asp. [Last accessed 26.12.2012]

CERT.LV (2012a). *Rīgā pārrunā Baltijas valstu IT drošību.[Security of IT of the Baltic States Discussed in Riga].* Retrieved from http://www.cert.lv/resource/show/194. [Last accessed 26.12.2012]

CERT.LV (2012b). *Turpinās Baltijas valstu sadarbība kopīgas IT drošības politikas veidošanā .[Cooperation Continues among the Baltic States in Developing Common Policy of Security of IT]*. Retrieved from http://www.cert.lv/resource/show/281 [Last accessed 26.12.2012]

Estonian Defence League (2012). *Estonian Defence League's Cyber Unit.* Retrieved from http://uusweb.kaitseliit.ee/en/cyber-unit. [Last accessed 26.12.2012]

Estonian Information System's Authority (2012). *Facts about e-Estonia.* Retrieved from https://www.ria.ee/facts-about-e-estonia/. [Last accessed 26.12.2012]

Government of Estonia (2008). *Cyber Security Strategy*. Retrieved from http://www.mod.gov.ee/files/kmin/img/files/Kuberjulgeoleku_strateegia_2008-2013_ENG.pdf. [Last accessed 26.12.2012].

Government of Latvia (forthcoming). *Projekts* "*Latvijas Informācijas tehnoloģiju drošības stratēģija 2013.–2018.gadam". [Proposal for* "*Strategy of Security of Information Technologies of Latvia for 2013–2018"].* Retrieved from http://www.mk.gov.lv/doc/2005/SAMPam_071112_itds.1157.doc. [Last accessed 26.12.2012]

Government of Lithuania (2011). *The Programme for the Development of Electronic Information Security (Cyber-Security) for 2011–2019.* Retrieved from http://www.ird.lt/doc/teises_aktai_en/EIS(KS)PP_796_2011-06-29_EN_PATAIS.pdf. [Last accessed 26.12.2012]

Latvian Internet Association (2011). *Latvijas internetbanku pētījums. 2011.gads. [Study of Latvian Internet Banks. 2011.].* 16 pp. Retrieved from http://www.bankasoc.lv/lv/pdf/Latvijas_internetbanku_petijums_2011.pdf. [Last accessed 26.12.2012]

Latvian Ministry of Environmental Protection and Regional Development (2012). *Visu valsts īstenoto publisko pakalpojumu izvērtēšanas un klasifikācijas rezultāti. Kopsavilkums par visu resoru pakalpojumiem. Versija 1.0. [Results of Evaluation and Classification of All State Implemented Public Services. Summary of Services of All Departments. Version 1.0.].* Retrieved from http://www.varam.gov.lv/in_site/tools/download.php?file=files/text/finansu_instrumenti/es07_13/15120//kopsavilkums_izvert2012.pdf. [Last accessed 26.12.2012]

Palonkorpi, M. (draft (conference paper) (quoted with permission of the author)). *Energy Security and the Regional Security Complex Theory*, Retrieved from http://busieco.samnet.sdu.dk/politics/nisa/papers/palonkorpi.pdf. [Last accessed 26.12.2012]

Parliament of Latvia (Saeima) (2011). *Nacionālās drošības koncepcija.[National Security Concept].* Retrieved from http://www.likumi.lv/doc.php?id=227460. [Last accessed 26.12.2012]

Parliament of Estonia (Riigikogu) (2010). *National Security Concept of Estonia.* Retrieved from http://www.kmin.ee/files/kmin/img/files/National_Security_Concept_of_Estonia.pdf. [Last accessed 26.12.2012]

Parliament of Latvia (Saeima) (2012). *Valsts aizsardzības koncepcija. [State Defence Concept].* Retrieved from http://www.likumi.lv/doc.php?id=248069. [Last accessed 26.12.2012]

Parliament of Lithuania (Seimas) (2012). *National Security Strategy.* Retrieved from http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_e?p_id=433830&p_query=national%20security%20concept&p_tr2=2. [Last accessed 26.12.2012]

Schulz, M. (1995). Turkey, Syria and Iraq: A Hydropolitical Security Complex. In Ohlsson, L. (ed.) *Hydropolitics: Conflicts Over Water as a Development Constraint.* London et al.: Zed Books, pp. 91–122

Statistics Estonia. (2012a). *IC20: Households Having a Computer and Internet Connection at Home by Type.* Retrieved from http://pub.stat.ee/px-web.2001/I_Databas/Social_life/06Households/06Household_living_conditions/12Information_technology_in_household/12Information_technology_in_household.asp. [Last accessed 26.12.2012]

Statistics Estonia (2012b). *C32: Computer and Internet Users Aged 16–74 by Groups of Individuals.* Retrieved from http://pub.stat.ee/px-web.2001/I_Databas/Social_life/06Households/06Household_living_conditions/12Information_technology_in_household/12Information_technology_in_household.asp. [Last accessed 26.12.2012]

Statistics Estonia (2012c). *IC38: Internet Users Aged 16–74 by Place of Residence and Purpose of Using the Internet.* Retrieved from http://pub.stat.ee/px-web.2001/I_Databas/Social_life/06Households/06Household_living_conditions/12Information_technology_in_household/12Information_technology_in_household.asp. [Last accessed 26.12.2012]

Statistics Lithuania (Lithuanian Department of Statistics) (2012a). *M9020102. Households Possessing a Personal Computer, Having Access to the Internet at Home by Administrative Territory, Information Technologies.* Retrieved from http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectTable/Omrade0.asp?SubjectCode=S9&ShowNews=OFF&PLanguage=1. [Last accessed 26.12.2012]

Statistics Lithuania (Lithuanian Department of Statistics) (2012b). *M9020201. Individuals Aged 16–74 Who Used Computer, the Internet by Age, Information Technologies, Frequency.* Retrieved from http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectTable/Omrade0.asp?SubjectCode=S9&ShowNews=OFF&PLanguage=1. [Last accessed 26.12.2012]

Statistics Lithuania (Lithuanian Department of Statistics) (2012c). *M9020204. Individuals Aged 16–74 Who Used the Internet for Personal Purpose by Internet Activity.* Retrieved from http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectTable/Omrade0.asp?SubjectCode=S9&ShowNews=OFF&PLanguage=1. [Last accessed 26.12.2012]

PROSPECTS AND CHALLENGES OF INFORMATION DEMOCRACY

Mytko Antonina, Candidate of Political Sciences, Assoc. Prof.
Lesya Ukrainka Eastern European National University, Ukraine

The feature of today's world is that the conditions for the existence and development of the global information space, the incredible richness of information and changes require an individual to quickly receive, examine, analyze, and use plenty of information. Therefore, information democracy has gained a global dimension. Open access to global information creates opportunities for exchange of ideas between citizens internationally. National public spheres are now included in the global information environment and create a new global range of the public sphere. This is very important in today's environment. After all, along with the fact that much of the population welcomes access to global information and globalization with fears that globalization brings impoverishment of national cultures and leads to an increased exposure of economically strong national structures, especially large multinationals and global monopoly, and their impact on the society. The article focuses on the global nature of information democracy, the main areas it covers, i.e. economy, social sphere, the value system. The positive aspects of globalization are analyzed. The author considered the adverse effects an excessive admiration of globalization may result in. The study includes the views of different scholars on globalization and highlights the prospects of information democracy.

Keywords: *globalization, information and communication flow, information, economy, social sphere, values, democracy.*

Introduction

One of the major characteristics of the present stage of historical development is globalization, which covered all areas of our lives. There is an irreversible progressive movement towards a single global world. One may state that the modern cultural and civilizational system is undergoing radical change in its history, the new “axial time”. As a result, a new social and cultural reality is being formed in which humanity appeared on the threshold of the third millennium; this fact proves the relevance of the studied subject.

Analysis of the recent research

Modern research of globalization covers a large range of issues to be studied by specialists of different fields. Taking into account the task goal of this study, we analyzed scientific publications of the next professionals, A. Bard, J. Zoderkvist, L. Belova, E. Vartanova, D. Geld, J. Zasurskiy, M. Golden, A. Carmin, G. Casumova, E. Klinova, A. Keskinen, R. Lucas, C. Lezhun,H.-P. Martin, H. Schumann, V. Mironov, M. Price, D. Held, A. Shevchenko.

Methods

To attain these objectives, the following methods were used: analysis and research of the relevant literature – the works of outstanding domestic and foreign scholars, periodic and thematic press. An important method was the analysis and synthesis of the processed information, developing one’s own

opinions and assumptions, the comparative method, historical, chronological, critical and literary methods.

The purpose of the article is to analyze the global nature of information democracy.

1. Information Globalization in ICT-space

All the processes of globalization and the effects of these processes occur in a specific –social and cultural – space. Globalization is a characteristic of the modern stage of the development of society, which is currently experiencing active social and cultural transformation. Despite the difference in approaches to understanding globalization, it can be interpreted as a process that embodies the transformation of the spatial organization of social relations and interactions generated by intercontinental or interregional flows and the structure of activities, interactions and displays of power (Held, 2004, p. 19; Semenov, 2010, p. 130).

According to the Baku State University scientist G.Casumova, globalization is a complex system of integration ties and relations in the spheres of economy, policy, information technology, etc., that is the essence of globalization, including cultural mechanisms that maintain balance between diversity and homogeneity of the world (Casumova, 2011, p. 87).

The current stage of social development is usually described as the information society. According to the definition of A.Carmin, information society is "the result of the combination of two processes: on the one hand, the development of post-industrial society, on the other hand, the globalization process, during which the community asserts itself in general planetary scale" (Carmin, 2006, p. 52). The new information environment brought a stream of the deepest transformations of the world culture. The world today is the information and communicative space, which is developing dynamically. Analyzing the current global information space, H.-P. Martin and X. Schumann compare it with the “global trap” (which is prepared for the modern post-industrial civilization) and an avalanche that sweeps away everything on its path (Martin and Schumann, 2001).

The information theorists of globalization, according to Anglo-American media researcher M. Price, have not formed a unified picture of the “perfect global information republic” yet. One reason is the reluctance of nations and nationalities to part with the ideas of national states as a form of political and economic solidarity, to refuse recognition of “common destiny”, “collective identity”, the symbolic network of common beliefs, values and rules” (Price, 2004). The information model based on the specific properties of information significantly narrows the possibilities of the state to exercise its control that regulates the function (Shevchenko 2005, p. 96).

A characteristic feature of the modern communication space caused by high level of technology that significantly affects the shape and types of social communication is designing the new virtual reality. The creation of virtual reality and its further development as one of the forms of the human life of the Information Society made a significant adjustment in the formation and operation of new mechanisms of cultural development of the society (Casumova, 2011, p. 90).

Recently the power of mass media technology that is constantly being improved and updated has increased many times. Exponentially growing, the excess information ‘falls on the consumer’ that A.

Gore, a prominent figure in the Democratic Party of the United States, called ‘exformation’. The system works online and affects the views, needs, tastes, and – as a result, human values. Describing the crisis of “overproduction of information”, A. Gore points out that "we are what we use." In the end, “the mankind is faced with a crisis, which it created; it is ‘drowning in the sea of information’. We have created such a huge number of statistics, formulas, images, documents and declarations that we are not able to cope with it. And rather than to seek new ways of thinking and learning what has already been established, we still continue to produce new information increasingly” (Inozemtsev, 1999, pp. 566–567).

Information dominance, according to experts on the Social Development, identifies six trends of contemporary globalization: the spread of liberal democracy, the predominance of the market forces in economy, the transformation of production systems and labor market, the speed of technological renovation, a revolution in media destruction ideology needs. In this case, the basis of civilization, resulting in the modern era, is not an economic, national or social model, but information (Shevchenko, 2005).

2. Information Democracy in Political Processes

In the recent decades, the democratization processes have been affected by the development of information that causes the formation of a new information and communication environment in the political sphere. In today's information society the transformation of civil representation of interests has taken place; the result is the transformation in communications backbone elements of democracy into an instrument of formation and self-presentation. This, in turn, entails a further virtualization of political space, transfer of policies and functions carried out by it from the sphere of real life into the region of “networked world” of the Internet.

The reality of the current political life in most countries leads to a rapid development of the network (or computer-mediated) communication, on the one hand, and on the other – it is a deterministic process of development. The contemporary communication network has a unique attribute feature – the system of communication based on a quick and effective feedback (Zolotych, 2010).

Today the fate of democracy is put under great doubt, as an urgent task of political science is redefining the meaning and place of democratic politics in order to avoid the contradictions of democracy and democratic transition. “If rethinking democracy in terms of the relationship of state and society will be successful, democratic theory and practice will take on a new meaning”, said D. Geld (Geld, 2008).

The development of a new meaning of democracy must go through the analysis of the impact of global confidence in the maintenance of democratic associations, through consideration of the mutual penetration of national and transnational. D. Geld proposes to define the meaning of democracy “in the context of the changing mix of the local, national, regional and global” (Geld, 2008).

In principle, democracy should be seen as a process of learning that lasts a lifetime, during which you can find many characteristics of the phases of development. There is no single correct way of democracy in society. Communities must find alternative ways to implement democratic way of decision making. The current representative democracy can be transformed into a model that will have the characteristics and elements of direct democracy.

According to some scientists concerned with the development of democracy and civil society, particularly K. Slayton, T. Becker, B. Barber, this process may be an intermediate phase of the development. New future of democracy, using information and communication technology and information networks to ensure an equivalent level of information and knowledge for all citizens, will present a hybrid of different strategies. Global scale involvement in information network will create a new unprecedented level of communication between peoples and cultures (Klinova, 2002, p. 90).

3. Impact of Information Democracy on the Moral and Ethical Principles of Humanity

As a result, the spread of new communication technologies generated new types of relationships between people, new ways of communication that differ from traditional forms. In particular, network virtual space as a value-semantic field of modern information culture no longer provides a dialogue in its classical sense, and direct communication is replaced by its modern forms. The time comes when online interaction dominates. The authors of the book "NETokratos" ("NETократия") believe that "the rule of interactivity as the main attribute of information exchange will lead to a complete change of the foundations of the established procedure, or, speaking the language of science, to change the paradigm of existence" (Bard, 2004, p. 11). The question is what will be the vector of paradigm shift existence? However, there is no specific response to the question yet, because the reality is much richer and more unpredictable than any prediction based on theoretical generalization of the ongoing processes, such as globalization.

We stress that the impact of globalization on human spiritual values is very significant for its socio-cultural consequences. Based on the understanding of globalization as a quest to preserve the diversity of cultures while achieving civilization synthesis, this process is impossible without the formation of a new paradigm of culture, which expresses the current trends in the international community. Thus, if we accept the idea of a positive globalization of the humanity, so we must be prepared for the formation of a new paradigm of culture with qualitatively different system of values. Cultural values have changed throughout history. In principle, it is an inevitable and objective process, reflecting the dynamics of the system of culture. But at different stages of social and cultural development this process was different. The current stage has its own specifics, i.e. never before the change of cultural values has occurred so fast as in the modern society. The researchers called globalization the reason for these processes that changed the communicative situation in the world. The creation of the global communication space (Mironov, p. 156) has changed the mechanism of the formation of new cultural values and their rate of entry into a hierarchical structure of value systems.

Thus, a significant factor in the transformation of the socio-cultural reality is globalization when under the influence of the internal and external factors the social and cultural space is changing. With the change in the content of the socio-cultural space in which human activity takes place the ways of learning the world get different as well. New information technologies structure, the social interactions of people in a specific also affect the nature of their interpersonal relationships. In addition, they influence the cognitive structure and, as a result, the system of values. In modern reality not only new communications and information forms are created, but a new type of business communication.

4. Rapid Growth of Media Products in the Globalized World

Doctor of Philology, president of the Faculty of Journalism of M.V.Lomonosov Moscow State University professor J.Zasurskiy believes that in the XXI century a new impetus to the development of information society enables a rapid penetration of mobile telephony and the Internet. 61% of the inhabitants of the Earth use cell phones, 23% are connected to the Internet. All over the world the number of users of new information and communication technologies is growing. Filed by the International Telecommunication Union (ITU) in 2002, the number of Internet connections has increased over the decade from 11 to 23% of all inhabitants of the globe. The number of users of fixed telephone lines has been growing slowly – one billion in 2002 to one billion two hundred seventy million in 2008, the most significant was the growth of mobile communications sector – more than four times. The main sector growth is Asia, Latin America, Oceania and Africa (Zasurskiy, 2009).

Ts.Lezhun draws the attention of scientists that in most studies the overall impact of globalization on the law of the media content of national media systems is that the initial phase of globalization is usually characterized by the import of foreign media products, and then adjusts to the taste of the local population while maintaining the import of foreign media products starts the second stage, when it comes to import formats and creative adaptation. The next stage also appears to promote their media products on the global information market (Lezhun, 2010, p. 151).

Many studies show that due to a language and close cultures national media content gets more attractive for local people. However, globalizators (exporters) are usually concerned about how to penetrate the local markets and quickly make a profit. Therefore, in practice, localization is the main strategy to adopt transnational companies to achieve this goal. So, in time the import of media products remains the same, but the strategies of adaptation format begin to actively develop (Lezhun, 2010, p. 152).

Globalization, the arrival of foreign media corporations on national markets did not bring only foreign media products and capital, but international management experience, standards of professional culture (Lezhun, 2010, p. 157). Indeed, today we can see the typical manifestations of professional standards of Western journalism. They are the division of opinions and facts, objectification, inverted pyramid and the western style of the text. It means the adaption of Western standards of journalism culture.

Due to the rapid development of ICT one the features of globalization was the loss of information by States or any other local institutions of national independence, the information that was part of political sovereignty in the traditional nation-states (Vartanova, 2005). Thus, in the information area, as Monroe points out “globalization actually leads to the fact that the state gradually loses its ability to control the direction and content of information flows. The fact that globalization eliminates power capabilities impede penetration and spread of unwanted information” (Price, 2004, p. 39). However, due to the fact that cultural products will always be carriers of ideology, attitude and values, many countries have developed their own national media policy. In general terms it is manifested in two ways, firstly, the restriction of foreign media products and foreign investment, and secondly, the increase of the competitiveness of the domestic media industry (Lezhun, 2010, p. 159).

5. Information Democracy and the Global Economy

The global nature of information democracy influences the economic sphere. The beginning of the modern business cycle associated with the growing “wave” as a result of such innovations as the latest means of communications, digital networks, computer programs, etc. These innovations provide a major requirement of modern innovation development, that is the formation of a stable complex of relationships between the system participants – companies, universities and public research institutions. This fully integrated into all business processes a stable complex of relationships that provides a fast and unimpeded flow of information and knowledge as the most important economic resource, is one manifestation of the essence of the Information Society (IS), formed by a powerful public-private partnership effort in most developed countries (Belova, 2010, p. 52).

Competitive advantages at the global level are divided into traditional and institutional. The traditional international competitive advantages of global concern are a good hard and soft infrastructure, promoting technological development, a stable and relatively favorable institutional environment, a high level of education and cultural diversity, development of cost effective computer and communications technologies, etc. These competitive characteristics of the country's information society were stored during the historical periodal ways adhering to the principle of continuity of historical development. The most important global comparative advantage for business in these countries is built on the basis of the above competitive advantages of the long-term profitability (Belova, 2010, p. 58). It is the basis of systematic evaluations of comparative international competitiveness (Global Competitiveness Report), which is composed by Lausanne Centre for Competitiveness and in recent years – by the World Economic Forum (Schwab, 2012).

New internet working nodes of the global economy demonstrate the need of not just new qualified personnel, but of those who have the creative potential. Receptiveness to new knowledge and new technology becomes the primary requirement for labor. It allows to "capture" whole sectors of the global market. The experience of the United States shows that the compliance with these standards offers the guaranteed income that is significantly higher than the average one. In today's competitive environment there may be not only highly educated, but also a highly paid workforce. Otherwise there will be a situation when the use of highly creative work on low-paid jobs will slower economic development (Lucas, 1988; Mankiw et al., 1992; Romer, 1996). Assistant Professor of Economics in foreign countries and foreign economic relations of M.V.Lomonosov Moscow State University L.Belova said that the processes of the international movement of the economically active population show that performance “flows out” from industrialized countries to the countries of the information society, as there is more workforce; but as a result of increased competition, this highly skilled and competitive workforce agrees to work for a less and less pay (Belova, 2010, p. 59). This process is contrary to the theory of human capital and is the paradox of the knowledge economy; and it could lead the global economy to even more significant, in our view, shocks than the systemic crisis of our time.

Conclusions

Now there is a growing need for advanced tools and technologies of information processing and in expanding information and communication space. The formation of civil society assumes domination of democratic beliefs, reaching as much social and political interaction as possible between social groups of citizens, society and the state in general. Thus, currently a new factor plays a major role in

achieving competitive advantage. This is the flow of knowledge and information, the identification of the specific type of competitive advantage caused by the flow of knowledge and information. All of these will enable structures at the appropriate level of management to set priorities and focus on an adequate combination of key factors of competitive advantage for innovation development – intellectual capital. Information globalization should be seen as a multidimensional process that requires understanding of not only its technological options, but first of all new models of social development, the focus of which should be the main universal democratic values.

Bibliography

Бард, А. и Зодерквист, Я. (2004). NET ократия: Новаяправящаяэлита и жизньпослекапитализма. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге. 252 с. (Bard, A. And Zoderkvyst, J. (2004). NETokratiya: The New Power Elite and Life After Capitalism. St. Petersburg.: Stockholm School of Economics in St. Petersburg, 252 pp.)

Белова, Л. Г. (2010). Проявление конкурентных преимуществ в информационном обществе развитых стран. Вестник Московского университета,(3), с. 52–62. (Belova, L. (2010). Manifestation of competitive advantage in the information society in developed countries. *Bulletin of Moscow University*, (3), pp. 52–62)

Вартанова, Е. Л. (2005). Глобализация СМИ и масс-медиа России. *Вестник Московского университета*, (10), 4. (Vartanova, E. (2005). The globalization of the media in Russia. *Bulletin o fMoscow University*, (10), 4)

Гелд, Д. (2008). Демократия и глобальное устройство. – Москва: Port-Royal, с.134. (Geld, D. (2008). Democracy and the global policy. Moscow: Port-Royal, p. 134).

Засурский, Я. Н. (2009). Информационное общество прирастает развивающимися странами. *Вестник Московского университета*, (3), с.5–7. (Zasurskiy, Ja. (2009). Information society grows by developing countries. *Bulletin of Moscow University*, (3), pp. 5–7)

Золотых, М. В. (2010). Виртуализация политики и перспективы развития прямого народовластия. *Наука о человеке: гуманитарные исследования*, (5), с.11–14. (Zolotych, M.V. (2010). Virtualization policies and prospects of direct democracy. *The Science of Man: Studies in the Humanities*, (5), pp. 11–14.

Кармин, А. (2006). Философия культуры в информационном обществе: проблемы и перспективы. *Вопросы философии*, (2). (Carmin, A. (2006). Philosophy of Culture in the Information Society: Challenges and Prospects. *Problems of Philosophy*, (2))

Касумова, Г. К. (2011).Социокультурная реальность глобализирующегося мира. *Вестник Московского университета. Серия 7. Философия*, (3), с. 86–98. (Casumova, G.K. (2011). Socio-cultural reality of a globalizing world. *Bulletin of Moscow University. Series 7. Philosophy*, (3), pp. 86–98.)

Клинова, Е. В. (2002). Кескинен А. Будущая демократия в информационном обществе. *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература*, (3), с. 88–91. (Klinova, E. (2002) Keskinen A. The future of democracy in the information society. *Social and Human Sciences. Domestic and foreign literature*, (3), pp. 88–91)

Лэжун, Ц. (2010). Сравнительный анализ влияния глобализации на китайские и российские СМИ. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*, (3), 148–163. (Lezhun, Tc. (2010). Comparative analysis of the impact of globalization on Chinese and Russian media. *Bulletin o fMoscow University. Series 10. Journalism*, (3), pp. 148–163.)

Мартин, Г.-П. и Шуманн, Х. (2001). Западня глобализации: атака на процветание и демократию. Москва : Альпина. 163 с. (Martin, H.-P. And Schumann, H. (2001). Trap of globalization: an attack on prosperity and democracy. Moscow: Alpina, 163 pp.)

Миронов, В.В. (2005). Философия и метаморфозы культуры. Москва : Современные тетради, 424 с. (Mironov, V. (2005). Philosophy and culture metamorphosis. Moscow: Modernnotebook, 424 pp.)

Иноземцева, В.Л. (1999). Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. Москва : Academia. 640 с. (Inozemtsev, V.L. (1999). A new wave of post-industrial West: AnAnthology. Moscow: Academia. 640 pp.)

Прайс, М. (2004). Масс-медиа и государственный суверенитет: Глобальная информационная революция и ее вызов власти государства. Москва, с. 280–281. (Price, M. (2004). Media and sovereignty: The global information revolution and its challenge to state power. Moscow, pp. 280–281)

Семенов, Е.Е. (2010). Информационная глобализация и ее влияние на трансформацию социальных связей в современном мире. *Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова*, (1), с. 130–134. (Semenov, E.E. (2010). Information Globalization and its impact on the transformation of social relations in the modern world. *Bulletin of the Nekrasov N.A. Kostroma State University*, (1), pp. 130–134)

Хелд, Д. (2004). Глобальные трансформации: Политика, экономика. Культура. Москва: Праксис. 576 с. (Held, D. (2004). Global Transformations: Politics, Economics. Culture. Moscow: Praxis. 576 pp.)

Шевченко, А.В. (2005) Глобальная коммуникация и национальные информационные идентичности и нформационная модель цивилизационного развития. *Социологиявласти*, (3), с. 95–111. (Shevchenko, A. (2005) Global Communication and National Information identity in formation model of civilizational development. *Legal authorities*, (3), pp. 95–111)

Keskinen, A. (2000). Future democracy in the information society. Futures. *Quarterly J. O fEconomics*, vol. 33, (3/4), pp. 339–346

Lucas, R. (1988). On theMechanism of Economic. *Quarterly J. Of Economics*, vol.22, pp. 3–42

Mankiw, G.,Romer D., Weill D. (1992). Contribution to the Empirics of Economic Growth. *Quarterly J. Of Economics*, vol. 107, (2), pp. 407–437.

Romer, D. (1996). Advanced Macroeconomics. N.Y., pp. 129–137

Schwab, K. (2012). Global Competitiveness Report 2012–2013. The World Economic Forum. Geneva. Retrieved from: http://www.weforum.org

THE IMPACT OF CULTURE CENTER ACTIVITIES ON THE COMMUNITY LEISURE ORGANIZATION

Dalia Perkumienė
Kaunas University of Applied sciences, Lithuania

Danutė Kleinienė
Kaunas University of Applied sciences, Lithuania

Culture is a sphere revealing the human evolution. A human being cannot exist in an uncultured environment. Culture as an effective social power has always come under the spotlight. In specific areas of research the cultural status is mostly related to creative activities; however it may also be researched in the sphere of education, promotion and expression of sociality. One of the most important roles of community centers is developing social intellectuality of individuals. Culture centers are not formal centers of community education, but at an informal level they can fulfill their functions successfully. The activities of the culture centers are needed for communities. ***The aim*** *of the present article is to disclose the importance of culture centers as a venue of continuous education of the community members by analyzing how fully the culture centers realize their functions when implementing the goals put forward by the community.* ***The research methods*** *include the analysis of scientific literature and legal regulations, quantitative research method, statistical analysis of the data obtained, graphical modelling, detailing and generalization, as well as logical abstraction.* ***The results of the research*** *allow to conclude that the activities of culture centers are not miscellaneous. Generally, such forms of cultural activities dominate which are related to music, theatre, singing and dancing. 'Mature' forms – meeting scientists or artists, artistic entertaining events, discussion clubs and events ranged according to the age groups, are missing. The spread of professional art in culture centers hardly comprises 30 percent which makes one think about the true potential of such centers. Cultural institutions should consider the balance between the people's likes and their real current needs.*

Keywords: *culture, ethnic culture, culture centre, continuous education, community.*

Introduction

Culture includes material and spiritual values created by specific activities of a personality or social group. In the world's history there exist some special codes revealing the ways and possibilities of human existence in the society. Tylor provided the most famous definition of culture as "the complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society" (Tylor, 1924 [orig. 1871]; Verhelst, 1990; Arnold, 1960). Cultural evolutionism is a theoretical approach that seeks to describe and explain long-term processes of culture change. To do this, it draws on all subfields.

Anthropologists most commonly use the term "culture" to refer to the universal human capacity to classify, codify and communicate their experiences symbolically. This capacity has long been taken as a defining feature of the genus *Homo*. However, primatologists such as Jane Goodall have identified aspects of culture among our closest 'relatives' in the animal kindgom (Goodall, 1986; Parsons, 1990).

Culture has been called “the way of life for an entire society.” As such, it includes codes of manners, dress, language, religion, rituals, norms of behaviour and systems of belief (Jary, 1991; Bauman, 2001).

Culture or civilization, taken in its wide ethnographic sense, is that complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society (Tylor, 1974). The cultural studies in Lithuania are still in a rudimentary phase (Samalavičius, 2003). The first works in the field of the cultural studies show that they have mostly used the definitions of the western culture which are being accepted a priori as good and reliable instruments for the analysis. Presumably, the scientists will need to look for more specific ideas suitable for the Lithuanian reality. There are such outstanding researchers of the Lithuanian culture as A. Tereskinas, A. Gaizutis, A. Andrijauskas, L. Donskis, A. Samalavicius, S. Juknevicius and others. Currently, the booming sphere of culture study should become the subject of culture researchers, as the culture itself (especially the popular one) in Lithuania has already become a powerful industry, thereby requiring special studies.

Thus, the goal of the research is to explore the impact of the culture center activities on the community leisure organization.

The object of the research are culture centers and their role in the community leisure organization.

The research methods include the analysis of scientific literature and legal regulations, quantitative research method, statistical analysis of the data obtained, graphical modelling, detalizing and generalization, as well as logical abstraction.

1. Strategic Vision of the Cultural Policy in Lithuania

We are often reminded that the EU does not regulate the national cultural policy. Culture falls under the competency of national governments. As a matter of fact, the EU is interested in cultural multiplicity of its member states and their cultural collaboration. Evidently, such a position of the EU also emphasizes the fact that nobody else will take care of our national culture. The government of the Republic of Lithuania is responsible for the national culture. The position of the Ministry of Culture pursues two goals – on the one hand, to implement a consistent national culture policy, and, on the other hand, to achieve that the membership in the EU would give as many additional opportunities as possible to develop the national culture (Dovydėnienė, 2003).

In the regulations of the policy of the Lithuanian culture it is indicated that there is the necessity “to promote culture autonomy in the regions, to promote and support relations of culture <...> institutions in the regions, to promote the amateur” (Lietuvos kultūros tyrinėjimai, 1995).

Several foreign researchers (Kozma, Fullan, Kotasek) note that in post-communist countries culture (as well as education) is playing only the second- or third rate role. And this is the position not only of governments, but also the society and mass media. There is a prevailing attitude that first comes economy and consolidation of the statehood, and only then – ecology, culture and education (Samalavičius, 1995).

Lithuanian culture centers have lots of pending matters to solve related to the material facilities, provision of cultural services, artistic training of youth and children, and the lack of qualified specialists. In some parts of the country there is an inefficient and unreasonable net of culture centers.

At the same time activities of culture centers are essential for the community. It shows that there is an increasing demand of amateur art. For example, people from the same culture centers are attending adult folk groups. Today the culture center is setting the task for itself – to promote the amateur art, to care about the vitality of its people, implementing a variety of forms – also cooperating with the folk artists, business people etc.

2. Results of the Research

The culture center of Kelmė Municipality and three subdivisions of it – the community culture centers of Janaučių, Šaltenių, Verpenos villages, were chosen as the research objects. Questionnaires were distributed during the events. The survey was carried out in September – November, 2012.

For the test sample formation Kazlų municipality population registry data were used about the population in different areas served by the Cultural Center and it departments. The cultural center of Kazlų Rūdos municipality serves about eight thousand inhabitants and its units – about 7 thousand inhabitants. 99 inhabitants took part in the study from Kazlų Rūda town. From Antanavas village with about 800 residents 22 participated in the survey; from Bagotoji rural population with 460 inhabitants 14 were surveyed; in Jures town with 480 residents 16 were interviewed; in Višakio Ruda with 180 residents 10 took part in the survey; in Plutiškės rural areas with 820 residents 24 responded, but from Budos there were 12 respondents. The total number of respondents was 197.

The study was conducted in two stages: the first stage embraced the cultural centers of service; the users' survey – questionnaires. The second – the cultural center staff; the survey – discussion, which was attended by 25 employees.

After the analysis of the empirical research data we can confirm that most active were respondents of the age 35 – 50, they composed 29,5 percent of all the respondents; 32,5 percent – persons of the elder age. 38 percent of the respondents was made of children up to 18. It confirms that culture centers should pay much more attention to the children and youth involvement in the artistic groups, offering various activities to meet their needs. So far in the culture centers children may participate only in the sport dance groups, wind orchestra, folk music choir and the youth singing studio.

The authors of the present article were also willing to explore if the services provided by the culture center and its subdivisions are necessary for the local inhabitants, and – what services are most popular and what are lacking. After the analysis of the respondents‘ answers to the question if they need the services that are provided by the culture center it can be affirmed that for most of the respondents these services are necessary (63, 5 percent); 27, 5 percent do not know or do not have any opinion about it, but the rest – 9 percent – do not need the culture center services.

When estimating the necessity of the services provided by culture centers, the difference between the city and village was negligible. As a result of the research we can confirm that the culture center services are necessary for the inhabitants of Kelmė municipality.

Another question in the survey was if currently there are sufficient services provided by the culture centers and, if the services meet the needs of the inhabitants. The results of the survey are reflected in Fig. 1.

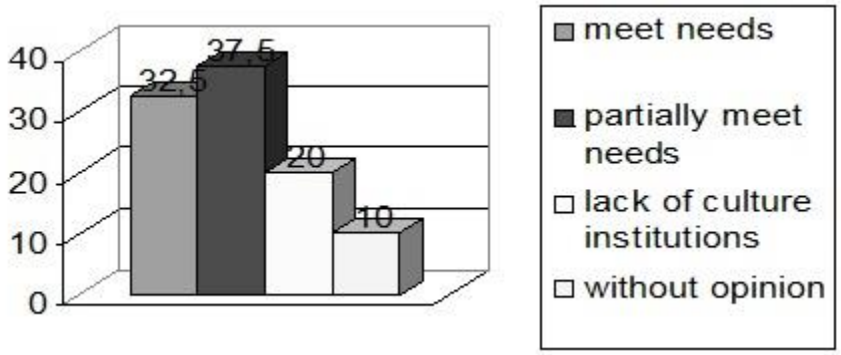


Fig. 1. Correspondence of the culture institutions net to the needs of inhabitants (%)

This figure highlights the real opinion of the inhabitants of Kelmė Municipality about the correspondence of the culture institutions net to the needs of the residents. Most of the respondents answered: "there are enough cultural institutions, but their services only partially meet the needs of the inhabitants" (37.5 percent). Therefore, it is essential to look for a larger variety of facilities. We believe that the material facilities of the cultural institutions should be strengthened, new information technologies should be installed, educational programs should be prepared involving the young generation in cultural activities. This can be done by searching for additional financing possibilities, recruiting communities and public movements near the cultural institutions. Only after the conceptualization of the tendencies and reasons of the ongoing changes it is possible to forecast the perspectives of these changes in the sphere of culture.

During the survey the authors of the article also studied the wishes of the respondents about the activities the culture center should propose, so that the leisure time of the inhabitants would become more interesting and meaningful. Distribution of the respondents'answers can be seen in Table 1.

Most of the respondents (except the elder age) wish to have access to the internet. The respondents do not relate the culture center to learning a new job and the possibility to broaden the horizons – such answers were given by one or two respondents. Quite a few respondents want the cinema and hobby clubs.

Table 1

Distribution of the respondents according to their wishes about the services provided by the culture centre (percentage according to the age groups)

Desirable services	Age groups							
	Up to 18 yrs.		19–35 yrs.		36–50 yrs.		> 50yrs.	
	W.	M	W	M	W	M	W	M
More and more various events	12,3	5,2	16,6	7,4	23,3	12,1	25,0	5,1
Internet	49,5	51,5	16,1	14,3	14,9	52,6	0	0
Hobby clubs	13,3	15,4	29,0	15,8	17,0	12,0	12,8	10,5
Art groups	0	0	3,2	0	0	0	0	0
Cinema	13,3	34,0	35,6	14,3	19,1	10,4	20,4	5,2
Possibility to be educated, 'to widen the horizons'	0	0	0	0	7,1	0	6,4	0
Possibilities to have a lark	6,6	30,7	19,3	7,1	12,7	15,7	15,3	5,2
Possibilities to learn a new job	0	0	0	0	7,1	11,5	6,4	10,4
Coffee bars	13,3	15,4	22,6	14,3	17,0	0	10,2	0
Services of the culture centre do not interest at all	6,6	0	0	5,2	0	0	0	0

The results of the survey show again that the culture center is essential to the local community as the venue of spending leisure time, the place of self–expression, initiatives, and cultural education. It is being visited and there is interest in its activities. However, there is still the need to search for more appealing ways of spending leisure time, finding measures how to attract more culture consumers, to engage them in the educational programs and a variety of events.

The conducted survey also explored the opinions of the inhabitants regarding the interrelation of the culture center and public initiatives and studied the impact the culture center has on the public initiatives.

The analysis of the survey data confirmed that the culture center is very important to the local communities regarding their leisure, continuous education, self – expression, initiatives and cultural education. 63.5 percent believe that the culture center is necessary; 27.5 percent do not know or have no opinion about it, and only 9 percent affirm that the culture center is unnecessary for them. As the respondents in the survey were those who are using the culture center services, we can confirm that most active are women composing 67 percent of the culture center visitors. Men are more passive; they are more observers than participants.

At the municipal level the culture center may realize its functions and tasks, it can enhance the vitality of the local community, promote its initiatives and contribute to the cultural education.

Conclusions

1. One of the most important roles of community centers is developing social intellectuality of individuals. The culture centers are not formal centers of communities, but at an informal level

they may fulfill their functions. The activities of the culture center are necessary for the community.

2. The lack of the collaboration among the regions also impacts their cultural institutions; it hinders joint cultural activities. Professional art becomes hardly available due to the low financial potential of the peripheral area inhabitants; and their majority are still unprepared for that in culture centers.
3. The activity of culture centers is not miscellaneous. Generally, such forms of cultural activities prevail which are related to music, theatre, singing and dancing. 'Mature' forms – meeting scientists or artists, artistic entertaining events, discussion clubs and events ranged according to the age groups, are missing.
4. The results of the empirical research indicate that culture centers are important for local communities as a venue of organizing their leisure, providing opportunities for self-expression, initiatives and cultural education. The culture centers are being visited and cared for. At the municipal level the culture center may realize its functions and tasks, promote vitality of local community, initiatives and, thus, contribute to the cultural education. The hypothesis that successful realization of the culture center functions is related to the social and economic status, needs of the community members, the established traditions and the environment was proved. The culture centers should continuously analyze the needs of the inhabitants and look for new possibilities to provide more varied cultural services.

Bibliography

Arnold, M., (1960). [orig. 1882]. *Culture and Anarchy*. – Macmillan and Co., New York, pp. 36–38.

Bauman Z. The Individualized Society, Cambrdge: Polity, 2001, p. 152.

Dovydėnienė, R., (2003). *Valstybinės kultūros politikos aspektai Lietuvai stojant į Europos Sąjungą/pranešimas Lietuvos kultūros kongrese* 2003.04.09. Liaudies kultūra. – 2003. – Nr. 2, pp. 3–6.

Goodall, J., (1986). *The Chimpanzees of Gombe: Patterns of Behavior*. – Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press, pp. 76–79.

Jary, D., Jary, J., (1991). *The Harper Collins Dictioinary of Sociology*. – New York: HarperCollins, pp. 86–88.

Juknevičius, S., (1995). *Lietuvos kultūros tyrinėjimai*. – Vilnius, Valstybinis leidybos centras, pp. 16–18.

Kroeber, A., L., Kluckhohn, C., (1963). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Peabody Museum, Cambridge, Massachusetts, United States, pp. 56–58.

Lietuvos kultūros tyrinėjimai. Kultūros ir meno institutas. Vilnius, 1995. pp. 46–47.

Kultūra Teisės aktai (2002), sud. J. Liupkevičius, L. Skuodienė. Vilnius, Lietuvos kultūros darbuotojų tobulinimosi centras, pp. 9–11.

Parsons, Talcott & Shils, E., (1990). *?"Values and social systems"* ed. Alexander, Jeffrey & Seidman, Steven *Culture and Society, Contemporary Debates* Cambridge University Press, New York, pp. 15–16.

Samalavičius, A., (1995). *Lietuvos kultūros tyrinėjimai*. Kultūros ir meno institutas. – Vilnius, pp. 17–20.

Samalavičius, A., (2003). *Kultūros studijos ir kultūros vartojimas.* Kultūros barai. – Nr.3, pp. 3–6.

Starkevičiūtė, M., (2002). *Lietuva neįvertina kultūros naudos ekonomikos plėtrai.* Lietuvos rytas, – 2002 vasario 4 d. priedas Vartai, p. 8.

Tylor, E., B., (1974). *Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom*. – New York: Gordon Press, pp. 12–14.

Tylor, E., B., (1924) [orig. 1871]. *Primitive culture.* Vols. 7th ed. – New York: Brentano's, pp. 96–98.

UNESCO, "*UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity"*, issued on International Mother Language Day, February 21, 2002, p. 75.

Verhelst, T., (1990). *No Life Without Roots.* – London: Zed Books, pp. 19–22.

THE USAGE PROBLEMS OF ELECTRONIC DOCUMENT AS EVIDENCE IN THE CIVIL PROCESS IN LITHUANIA

Sigita Šimbelytė
Turiba University, Latvia

Giedrius Nemeikšis
Mykolas Romeris University, Lithuania

Information technologies are taken for granted factor in everyday social life in the context of modern society. Due to this it's important to ensure a proper legal protection of legitimate interests in commercial, public or private relations on the internet and other electronic form. As a consequence there is a necessity to provide all options to use electronic information as evidence in legal civil procedure. Nevertheless the Code of Civil Procedure of the Republic of Lithuania is especially criticised by lowers in practice usage and scientists for it's regulation of electronic documents' usage in evidentiary process, i.e. it's quite far behind the actual technology progress. Moreover, other special legal acts related with this question don't pay attention to mine practical problems so legal regulation of this question is quite poor. The Aim of the Article is to evaluate peculiarities and problems of electronic documents' usage in evidentiary procedure in the civil process in Lithuania referring to international legal regulation and experience of USA normative and case law. The results of analysis shows that there are many serious problems of electronic documents' usage in evidentiary procedure i.e. a wrong understanding of electronic evidence specifics, the unreasonable imposition of all uncertainties regarding to use and evaluation of such evidence on courts etc. Nonetheless neither Lithuanian case law nor law doctrine pays much attention to these problems.

Key words: *electronic document, electronic evidence, evidentiary procedure, civil process in Lithuania.*

Introduction

Dynamic development of information technologies becomes an important factor in social relations, therefore, the law cannot efface from social changes and it has to regulate these relations properly. Consequently, juridical reliability and legibility of social relations, which run in the electronic space, should be ensured. And the most important – legal interests of participants in the electronic space should be protected. Thus, the significance of electronic information and electronic document arise in the judicial process of evidence's verification. Nonetheless, sometimes juridical regulation and other practical problems appear. It is important to mention that in the juridical regulation area there are some uncertainties and ambiguities. The Code of Civil Procedure of the Republic of Lithuania often receives some criticism from practicians and scientists saying that regulation is too conservative and lags behind from the progress of developing technologies. There is a constant try to regulate the use of electronic data in the judicial process by the special enactments, in other words, some norms could be found in the Law of Electronic signature of Lithuania Republic and in the Law of Electronic relations of Lithuania Republic, but these regulations are quite poor. In addition, there is a growth of deals that are made using information communication means, but judicial practice is still slender in Lithuania. This fact causes a certain fear that electronic space is quite unsecure. Eventually, the doctrine itself analyzing the

use of electronic documents in the process of evidence is not common in Lithuania comparing with international regulation or experience of foreign countries, despite that there are some problems in regulations.

In the future, the importance of electronic communication will increase; therefore, it is necessary to solve the question of the use and evaluation of electronic information as evidence in judicial cases now.

The object of the research is the use of electronic documents in the judicial process in Lithuania.

The aim of the work is to evaluate peculiarities and problems of the use of electronic documents in the civil law of Lithuania and to find solutions referring to international regulation and USA experience of juridical regulation.

The methods of the research are: systematic, analytical, logical, critical and cooperative law.

Abbreviations: CCRL – the *Civil Code of the Republic of Lithuania; C*CPRL – the C*ode* of C*ivil Procedure* of the R*epublic of Lithuania;* SCL – the Supreme Court of Lithuania.

1. Electronic Document as Evidence in the Civil Process in Lithuania

According to 197 article of *C*CPRL, written evidences are documents, public and personal correspondence material, other ratifications, where there is some data about circumstances that are significant to the case. Thus, the conception of written evidences includes not only various documents, but material objects, where important information is marked by letters or symbols, as well. Therefore, written documents cannot be related only with the paper form as an only means of the presentation of information. In 198 article's 2 section of *C*CPRL is stated that documents, which are signed by participants of the case, and are presented according to legal treatment using the mechanism of telecommunication terminal, are equated to the form of written documents. The concept of telecommunication terminal mechanism is presented in the Law of Electronic relations of Lithuania Republic – "it is a mechanism or its part that helps to keep the connection and it is meant to connect any device directly or not to the public telecommunication network (in other words, to networks that are completely or partly created for provision of public telecommunication services)". Thus, *C*CPRL regulates narrowly the use of electronic documents, it emphasizes only the transference of functions and the moment of signing. Although, the legislator gives bigger freedom to parties in making contracts using telecommunication terminal mechanisms, the 72 article's 2 section of *C*CPRL indicates that the most important thing in such cases is the sufficiency of data, which is needed to identify the parties. But this reduces opportunities of the usage of electronic information in the process of verification, because the electronic data, which is not transferred and is only kept in the computer's hard disk, remains unevaluated. The doctrine states clearly that such documents could give important information to the case and that it is illogical not to acknowledge information as a means of evidence; it would infringe the principle of neutrality (Lamanauskas, 2001; Čėsna, 2007; Civilka, 2004 and other).

The position of our legislator regarding the question of electronic information is considered conservative in comparison with the experience of foreign countries. For example, in the United Kingdom, already from the year 1995, the Civil act of evidence ascertains that all documents and their copies, including computer records, can be accepted as evidence in the civil process.

In Germany, according to Commentary of code of German Civil Process, electronic documents are accepted as a means of evidence, i.e. they are valuated as an examination object or the document and the court itself decides about their verifiable value, especially in such cases where some ambiguities due to authenticity and integrity of the document arise; then the experts are asked for the assistance. According to the rule 371 a of the Civil code of German Republic, an electronic document either from private or from public institution, which is signed by qualified electronic signature, is equated having the same verifiable value as a written document. Inspection is applied for copies of electronic documents (for example, pdf format), and for scanned unconfirmed agreements and the court itself decides on their authenticity and reliability (Noeding and Bumberger, 2001)

In the context of international regulation in UCITRAL Recommendation on the Legal Value of Computer Records (1985) general secretary noted that already in that time, in the most of the European countries, electronic documents were permissible means of verification. In the section 59 it is stated that the aim for which this requirement is set is that information either from the document or from the other form should be covered not only in the usual form, but in computer record as well.

Moreover, 198 article of *C*CPRL provides that written evidences can be given only by the participants of the case or obtained by court. It could be noticed that this formulation is similar to the article's 1.73, section 2 of *CC*RL, which regulates the written form of agreements and its features. It shows a strong position of legislator due to the form of evidence. Also, it could be criticized that in this article only documents that are signed by participants of the case or that are given using telecommunication terminal mechanisms are discussed. Other kind of documents, for example, signed documents by public authorities or documents that are signed by other people, not participants of the case, which having in mind the specification of electronic information could be no less important than traditional documents, are eliminated. The article 6 of UNCITRAL Model Law on Electronics Commerce (1996) proves that. It says that data notification is acknowledged as written where information can be accessed in such a way that it could be used later.

In the 177 article's 2 section of *C*CPRL the list of evidence means is established: explanation of parties and third parties (directly and by representatives), testimony evidences, written evidences, exhibits, protocols of inspection and conclusions of experts. In the 177 article's 3 section, it is noted that photos, video and sound records, which are done according to the law, are considered as a means of evidence. Obviously, this concrete list of evidence means impedes the process of defense, because electronic information cannot be ascribed to any of this evidence means. It shows that such regulation of *C*CPRL is quite narrow and not adjusted to contemporary social relations, where information technologies are used more and more.

However, Lithuanian judicial practice "fixes" not proper laws' formulations and there is not one case (not so many so far) when electronic data was acknowledged as evidence by court. One of the first examples is the SCL decision of the 3rd of March, 2006 in the civil case No.3K-3-169/2006 "Simon Louwerse International Transport" versus Private limited company "Dinaka", emails were acknowledged as proper evidence and reliability of data was evaluated by conclusions of assessor and other evidences of the case (testimonies of emails' recipients). In the other SCL decision of the 11th of April, 2007, the civil case No.3K-3-139/2007, R. D. versus Private limited company "Toksika", an email was acknowledged as an evidence and it was stated strongly that it has to be treated equally together with the other evidences of the case, and cannot be ignored. The SCL receives more and more

such cases and its position is quite clear and innovative. In USA, emails are treated as one of the evidence means already for a long time; in such decisions as Strauss versus Microsoft Corp., Kelly versus Airborne Freight Corp., and Honor Center versus Hicks (Satterwhite and Michels, 1998).

2. The Problem of Primary and Secondary Documents

Talking about written evidences, which are presented in the court, it is necessary to divide them into primary (originals) and secondary (copies). Secondary documents can be subdivided into copies that are certified according all requirements and ones that are not certified. This division is ratified by the rule, which is presented in the 198 article of *C*CPRL. The article 114 of *C*CPRL says that written evidence should be presented as originals or copies (digital copies) and they should be certified by concrete people: representative from the court, the notary, the lawyer or by the person who issued the document. Hence, the best means of verification becomes the originals of written evidence or copies that are certified according all requirements. Certification of digital copies raises a lot of ambiguities. The problem of originals and copies of electronic data is closely related due to the same specification of electronic data, in other words, electronic data has a feature to be copied easily.

Talking about relation between original and copy, it is important to discuss the term "original". International words' dictionary (2001) does not connect this feature with the conception of material document; it only connects it with the authenticity of the document. UNCITRAL Model Law of Electronics Commerce (1998) defines the term "original" as following: when originality is one of the requirements for information, then the data is acknowledged as being original; if integrity of information is ensured from the first moment when the document was created as a message and if the information that it presented in the message can be demonstrated. Thus, if the integrity of electronic document is ensured, then its copy will not differ from the original. So, the division of electronic data into originals and copies becomes illogical.

According to 114 article of *C*CPRL the problem becomes to determine what is original and what is not, for example in the case of email: whether printed email letter or the email letter that we see on the computer's screen are original. From traditional point of view towards documents, originality could be confirmed by certain stamps, signatures, the style of handwriting and evidence that are found during examination. T. Lamanauskas (2001) states that the requirement of originality should not be an obstacle if there is a need to present electronic data to the court in general. It is necessary to refer to principles of honesty and rationality, which are confirmed in *C*CPRL and they have to be followed. It has to be mentioned that 9 article's 1 section (a) of UNCITRAL Model Law on Electronics Commerce provides that verifiable value of electronic data cannot be diminished only because of the fact that the document is not of original form. Unfortunately, such norms do not exist in Lithuania's legislation. However, doctrine clearly express the position that printed electronic document should be considered as original, because it conforms the authenticity of electronic data message and it is presented in authentic form (authenticity is not always a factor – if the electronic information is veiled etc.) (Čėsna 2007). The SCL stands on this position. Already in the 29th of May, 2000, SCL decision, the civil case No.3K-3-619/2000, Beliackas versus Private limited company "Sabina", facsimile was acknowledged as proper evidence. Facsimile in itself is a copy, not original. Later, in the 20th of December, 2006 decision, the civil case No.3K-3-677/2006 Private limited company "Astrum Magnificum" versus Kaunas municipality and "Mitnijos investicija", the SCL did not agreed with the decision of other court saying that the copy given by civil plaintiff, which shows that local transfer of money was made via internet, is

not a proper evidence of payment of initial contribution. It cannot be equated to the bank's receipt or bank's transfer. The court noted that despite the fact that the civil plaintiff gave not certified copy for the contest, he had been already paid for the service. From the payment, which was made using electronic bank services and given to the commission of the contest, it is seen that this document was given by the bank, which accepted the transfer; therefore, it is a sufficient evidence of the payment. It is seen that judicial practice keeps to the position of doctrine. All this presuppose that the term "original" should not be interpreted very strictly. While discussing the question of electronic evidence, the originality of printed electronic document should be emphasized.

More ambiguities brings the Rules of Electronic data management of Lithuania Republic section 3 adopted by 11th January 2006 order No V-12 of General director of Lithuanian Archives Department under the Government of the Republic of Lithuania, which defines the concept of digital copy, in other words, reflection of the document that was not produced in a digital medium (for example, in the paper) and which was transferred to computer's memory. The same law talks about spare copies: "in the institution there must be at least 2 spare copies of electronic documents and they must be stored in the different mediums and different places". It can be noted that in one enactment three different terms are used: "original electronic document", the copy of electronic document" and "a spare copy of electronic document", however, is it logical to talk about originals and copies in the case of electronic information. The authenticity of data in the sense of 0 and 1 remains the same (Civilka, 2006). Due to this fact, spare copies should be the originals themselves, if their primary content remains unchanged. Therefore, it is illogical to talk about originals and copies, because information's transfer to computer's screen could be treated as duplication too. Hence, we have to agree that in the case of electronic document, originality of printed version should be checked.

On the other hand, if we agree that printed version of the document is a copy, which needs to be certified by mentioned subjects, such requirement would be illogical and impractical. Maybe legislator thought that a notary, who will certify the electronic document, should go the exact place where the same computer is and there he would certify the printed version of the document. And if there is a need he could ask for experts to examine document's originality. More problems could be caused by people, who are connected with the case; they hardly would let the notary to their house in order to certify the originality of the document, because this evidence could be used against them in the case (Vaitkevičienė, 2005).

To emphasize, USA has developed the best evidence rule regarding this problem, which means that during the examination of document, record or photograph, original is required (Givens, 2005). Federal Rules of Evidence 1001 (3) determines specifically that this rule should be applied for evaluation of electronic information: "if certain documents are stored in the computer or in other similar device and they are printed, they are treated as originals". Despite of that, courts keep to a certain logics – original of computer records is a certain combination of 0 and 1 and printed version is a result of electronic and mechanic processes (Kerr, 2001), but they follow the law, Doe v. United States, 805 F. Supp. 1513 ect.

3. The Problem of Primary and Secondary Documents: Particular Cases

Nowadays *backup* processes are very popular in information technologies. During *backup* processes data's copies are saved in such a way, that in a case of data's loss, it could be restored (Rowland and Macdonald, 2005). But then again, such data could not be treated as original, although, it would not

differ from the original at all. Due to such cases validation of the copy would be impossible, because the original does not longer exist and there is no way to examine if the copy matches the original. This situation is provided in the article 202 of *C*CPRL. It explains that if written evidence is invalidated because the original does not exist anymore, then the court itself decides on verifiable value of the evidence. It is not very innovative to leave a big freedom of decision to the courts. It could lead to the other problem – court's competency. In order to decide on authenticity and reliability of the data, special knowledge is required. Court's decision would be based on its cooperation with specialists of information technologies. Such decision, hardly, could be treated as reasonable and based on complete internal assertions.

The other problem when printed electronic data could lose its meaning is in special cases, when various codes of programs and data bases are printed, consequently, it becomes hard to identify code's meaning or the purpose of program in general (Lamanauskas, 2001). If printed electronic data lose its meaning, it is logical to think that such kind of information cannot be treated as written evidence. Then, it is possible to refer to experience of foreign countries (Frieden and Murray, 2011) and to 210 article of *C*CPRL, which states that the court can initiate inspection of written and exhibit evidence in their place of presence. Nevertheless, some difficulties could be faced. Due to inspection the court should take an appropriate decision, but there is a danger that up to the time when the decision would be taken, certain electronic data would be changed or deleted (Civilka, 2006). Then, in order to determine the fact of deletion not only the help of specialist would be needed, but it would be difficult to do in the terms of time and costs.

4. Electronic Signature as a Guarantor of Document's Authenticity

Electronic signature helps to solve the problem of electronic document's authenticity; it also increases verifiable value of the document. Directive 1999/93/EC of the European Parliament and of the Council of the 13th of December 1999 on a Community framework for electronic signatures defines it as data, which is presented in a certain electronic form and connected or logically linked with other electronic documents and can be used as a means of authenticity. Similar formulation is embedded in the article 2 of the Law of Electronic signature of Lithuania Republic. It says that electronic signature – is data, which is inserted, connected or logically linked with the other data in order to confirm the authenticity of latter data or to identify the person who signed the document. In Lithuania, differently than in other directives, electronic signature refers not only to the integrity of the signed documents, but to the identification of the person as well.

According to H. Rossnagel (2004) it is could be noted that the definition of electronic signature has two elements):

1. Material element – that is electronic data presented in a certain way and it can be connected or logically linked with the other electronic data, for example, PIN code, biometric data, cryptography, various algorithms;
2. Functional element – this is the feature of electronic signature, which lets to identify the subject of the signature, in other words, this is the moment of authenticity. The biggest advantage of this is the fact that the electronic signature lets to link all the documents with the person. Therefore, the electronic document is even more reliable than the traditional one, especially in such cases with written agreements (they are signed only on the final page, not on every page).

In the operation report of Directive 1999/93/EC due to Community framework of electronic signatures, three kinds of signatures are presented:

1. The ordinary "electronic signature" has a wide meaning in the directive and its purpose is to help to identify data and to confirm its authenticity. It could be an email letter signed by name of the person or the use of PIN code;
2. "Secure electronic signature" –these are electronic signatures whose basis is the facility of public coding key (PKI);
3. "Qualified electronic signature" consists of secure electronic signature whose basis is a qualified certificate and it is created by using a secure mechanism of signature formation.

It could be seen that these kinds of electronic signatures differ in a certain degree of reliability. Therefore, the court evaluating reliability of electronic document as evidence and taking a decision due to its verifiable power has to consider the type of electronic signature it is.

Referring to the article 8, section 1 of the Law of Electronic signature of Lithuania Republic the secure electronic signature is created with the help of secure mechanism of signature formation and it is certified by a valid qualified certificate. Moreover, it has the same juridical power as the signature that is put in written documents and it is admissible as a means of verification in court. The article 2, section 5 of the same law defines the conception of secure electronic signature. The legislator gives the status of admissible evidence only to these electronic documents, which have the highest degree of reliability ("qualified electronic signature"). However, in the same law there is a place for the principle of consensus in the civil juridical relations. The law affirms that such electronic signature would always have the juridical power if users of signature agree between themselves. On the other hand, the article 8 of the Law of Electronic signature of Lithuania Republic indicates that electronic signature does not become invalid only because that it loses the status of "secure signature". When the electronic signature is marked for low reliability, then the court takes the decision.

5. Admissibility and Evaluation of Electronic Information as Evidence

The use of electronic information in the process of verification is defined by the article 8, section 1 of the Law of Electronic signature of Lithuania Republic saying that the court cannot reject documents, which are not certified by the electronic signature. Liberal principle of evidence evaluation gives a possibility to the judge to evaluate reliability of the data and at the same time suggests quite a problematic way to solve this situation.

The article 185 of *C*CPRL embeds the rule of liberal evaluation of evidence, in other words, the court evaluates evidence according to its inner belief, which is based on objective circumstances that have been argued during the process. The Senate of SCL in the 30th of December 2004 rulling resolution No. 51 notes that "during evaluation process the courts should follow not only the rules, but logic laws as well", the judge can "make fair conclusions based on their inner belief" and "despite the form requirements that are embedded by law, (…) the judge has a right to accept and evaluate evidence according principles of honesty, justice and rationality". It shows that liberal principle of evidence evaluation leaves a lot of space for judges to decide upon verifiable value of electronic information. However, neither in the level of law, nor in the judicial practice, information's evaluation criteria are

not concretized. Having in mind peculiarities of evidence, same standards cannot be applied, which are applied to other kinds of evidence.

Legal doctrine in Lithuania verifiable value of electronic documents links with evaluation of reliability, authenticity and integrity (Lamanauskas, 2001; Vaikevičienė, 2005 and others). But these criteria are quite abstract. Evaluation criteria of information that are presented in the electronic form can be found in the article 9, section 2 of UNCITRAL Model Law on Electronics Commerce (1996). Thus, in order to evaluate the message of electronic data it is necessary to consider:

1. reliability of the way how this data message was created, saved, forwarded;
2. whether the integrity of document was not damaged;
3. the way in which the creator of the message is noted;
4. other factors.

Judicial practice in USA has its own criteria. The case, where these criteria were mentioned for the first time, is Lorraine v. Markel American Insurance Company. Evaluating admissibility of electronic data, following criteria were indicated:

1. Relevance, asking whether the electronic device has a tendency to make some fact that is of consequence to the litigation more or less probable than it would be otherwise;
2. Authenticity, asking if he can present evidence demonstrating that the electronic evidence is what it purports to be;
3. Any hearsay concerns associated with the electronic evidence, asking if it is a statement by the declarant, other than one made by the declarant while testifying at the trial or hearing, offered for the truth of the matter asserted, and, if the electronic information is hearsay, whether an exclusion or exception to the hearsay rule applies;
4. The application of the original documents rule (mentioned previously);
5. Consider "whether the probative value of the electronic evidence is substantially outweighed by the danger of unfair prejudice" confusion, or waste of time.

There is no doubt that establishment of new criteria and rules in the level of law or at least in the judicial practice of Lithuania could help to indicate the status of electronic evidence in the process of litigation. Now everything is based on the liberal principle of evidence evaluation.

Generally, in the USA's law, two categories of computer data could be divided according the subject, which is responsible for the signature's content. To be specific, if data creation was depended on man's will or if it was a result of algorithms' program: computer – generated records (for example, email messages, Skype chats, word documents etc.) and computer – stored records ("log in" records, telephone records etc.) (Gifford, 2008). It is possible to divide the third criterion. This would be the records that are generated by the computer and stored there, for example, in the case of computer swindle, the person could use a certain calculation and to process financial data etc. Thus, in the process of verification, it is important to distinguish the types of records, because their admissibility, verifiable value and authenticity depend on it (Goode, 2009). The question remains, if such division of electronic information and differentiation of the verification process would make decisions more objective and easier to make or if it would be better to leave this question to the court to decide referring to its inner belief, which is not always profound, versatile and secure.

Conclusions

1. *C*CPRL narrowly regulates the use of electronic data, it only emphasizes the transfer function of information and leaves a lot of ambiguities embedding the final list of evidence means (electronic documents are not included). Despite of this, the practice of the SCL, which is based on the position of doctrine and foreign experience, 'corrects' formulations of outdated laws.
2. The requirement of *C*CPRL that the proper means of evidence are only original documents or certified copies, in the case of electronic information lose its sense and become illogical. Therefore, the judicial practice, foreign countries' experience and international regulation stands for position that "original" cannot be construed very strictly. Solving the question of electronic evidence's acceptance, the originality of printed variant should be emphasized.
3. Due to certain facts, such as: the specific nature of evidence when special knowledge is required in order to comprehend them, when the court itself decides on the verifiable value of evidence based on its inner believes, threat of the length of the process (during which data can be deleted or changed) cause some problems in the practice. Therefore, the different method of evidence usage in the civil process is needed.
4. The legislator of Lithuania equates the electronic document, which is signed by "qualified electronic signature", to the written document and this kind of signature is noted for a higher verifiable juridical power while due to the less secure signatures – the court should decide.
5. Evaluation criteria and bounds of electronic information are not detailed concretized neither on the law level nor in the jurisprudence. They are only defined on the principled level. Certain corrections of these criteria and bounds could make the process of electronic evidence's determination clearer and easier during the process of litigation.

Bibliography

Lithuanian legal acts

The Code of Civil Procedure of the Republic of Lithuania (2002). *Valstybės žinios*, No. 36–1340.

Civil Code of the Republic of Lithuania (2000). *Valstybės žinios*, No. 74–2262

Law on Electronic Communications of the Republic of Lithuania (2004). *Valstybės žinios*, No. 69–2382.

The *Law on Electronic Signature* of the *Republic of Lithuania (2000). Valstybės žinios*, No. 61–1827.

The Rules of Electronic data management of Lithuania Republic adopted by 11th January 2006 order No V-12 of General director of Lithuanian Archives Department under the Government of the Republic of Lithuania (2006). *Valstybės žinios*, No.7–268.

Special literature

Musielak. *Kommentar zur Zivilprozessordnung: ZPO*. mit Gerichtsverfassungsgesetz und Europäischem Zivilprozessrecht. Auflage 2013. Buch. Rund 3000 S. In Leinen Vahlen

Givens J.S. (2005). The Admissibility of Electronic Evidence at Trial: Courtroom Admissibility Standards, 34 *CUMB. L. REv. 95 (2003–2004)*

Lamanauskas T. (2001). Elektroniniai duomenys kaip įrodinėjimo priemonė civiliniame procese. *Justitia*, No. 2(32).

Vaitkevičienė R. (2005). Elektroninių duomenų naudojimo civiliniame procese galimybės. *Justitia*, No. 4(58)

Civilka M. (2006). Elektroninės komercijos teisinis reguliavimas: nuo durstinio iki siuvinio. *Justitia*, No. 3(61)

Čėsna R. (2007). Kai kurie elektroninių įrodymų panaudojimo civiliniame procese aspektai. *Jurisprudencija*, 10(100).

Rowland D., Macdonald E. (2005). *Information Technology Law*. 3rd edition. London: Cavendish Publishing

Rossnagel H. (2004). Mobile Qualified Electronic Signatures and Certification on Demand. *Lecture Notes in Computer Science*, Vol. 3093/2004

Noeding T., Bumberger K. (2001). Electronic Signatures in German Civil Law. *Tolley's Communications Law*, 6(3).

Goode S. (2009). The Admissibility of Electronic Evidence, 29 *REV. LITIG*. 1, 2

Satterwhite R.A., Michels J.J. (1998). *Employment Issues in Communications Technology*. Retrieved from: http://library.findlaw.com/1998/Jun/1/129309.html

Kerr O. S. 2001. *Computer Records and the Federal Rules of Evidence*. Retrieved from: http://www.usdoj.gov/criminal/cybercrime/usamarch2001_4.htm

Tarptautinių žodžių žodynas. – Vilnius: 2001, p. 706.

Gifford M.D. (2008). Admitting Electronic Evidence in Federal Court: I've Got All This Evidence Data – Now What Do I Do With It? *AM. B. ASS'N, 2.* Retrieved from: http://www.abanet.org/labor/basics/elist/papers/lied.pdf

Other legal acts and recourses

Civil Evidence Act, 1995. Retrieved from: http://www.opsi.gov.uk/acts/acts1995/Ukpga_19950038_en_1;

UCITRAL Recommendation on the Legal Value of Computer Records (1985). Retrieved from: http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/computerrecords-e.pdf;

UNCITRAL Model Law on Electronics Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998. Retrieved from: http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf

Komisijos ataskaita Europos Parlamentui ir Tarybai – Direktyvos 1999/93/EB dėl Bendrijos elektroninių parašų reguliavimo sistemos veikimo ataskaita: http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0120:FIN:LT:HTML

Case Law

The Ruling of Civil Division of the Supreme Court of Lithuania issued on 29th May 2000 in civil case *Beliackas v. Private limited company "Sabina"* No. 3K-3-619/2000.

Ruling of the Senate of the Supreme Court of Lithuania on *application of norms of the code of Civil process that regulates evidentiary procedure in the judicial practice.* Judicial Practice, 2004, No. 51.

The Ruling of Civil Division of the Supreme Court of Lithuania issued on 3rd March 2006 in civil case *Ltd. „Simon Louwerse International Transport“ v. Ltd. UAB „Dinaka“* No. 3K-3-169/2006.

The Ruling of Civil Division of the Supreme Court of Lithuania issued on 20th December 2006 in civil case Ltd. *“Astrum Magnificum” v. Kaunas municipality and “Mitnijos investicija”*, No. 3K-3-677/2006.

The Ruling of Civil Division of the Supreme Court of Lithuania issued on 11th April 2007 in civil case *R. D. v. Ltd. “Toksika*“ No. 3K-3-139/2007.

THE ACCESSIBILITY OF TOURIST INFORMATION IN FOREIGN LANGUAGES IN RIGA AND LATVIA

Anda Komarovska
Turiba University

Topicality: The accessibility of information in foreign languages (basically English, German and Russian) promotes Riga (and Latvia) as a foreign tourist destination. The goal of the study is to determine the accessibility of Riga (and Latvia) as a tourist destination from a foreign language perspective. The tasks of the research are to conduct an empirical study of accessibility of Riga (and Latvia) as a tourist destination from a foreign language perspective. The following methods are used: The research of theoretical literature and sources, empirical methods (an experiment, expert interviews).Conclusions and suggestion: The result of the empirical study of Riga as a tourist destination proves that Riga and Latvia are foreign tourist unfriendly from a foreign language perspective: the amount of visual information meant for foreign visitors is insufficient, the foreign language command of employees of the sector of tourism service is rather poor. A foreign tourist must be well prepared for a visit to Latvia, previously collecting information in web pages as well as consulting the local tourist information centres and travel agencies.

Keywords: *language, information, communication, tourist, destination, accessibility, attractions.*

Introduction

Nowadays tourism has become a popular leisure time activity, so all potential tourists try to organize it beforehand, choosing new destinations and types of leisure time activity. The tourism market is full of different offers and possibilities how to spend the vacation.

Both in Europe and the whole world the competition in the industry of tourism is becoming really severe: the market is full of a big variety of tourism products, new destinations are on offer, as well as there are new tourism products customized for travellers' needs (Mārketinga stratēģija, 2010) . So Latvia is forced to strengthen its position in tourism market significantly in order to raise its competitiveness, taking into account the fact that Latvia as a tourist destination is still weakly recognizable, and its competitiveness is rather low (Mārketinga stratēģija, 2010). However nowadays most tourists are really demanding travellers.

There are series of various motivations why a particular destination has been selected for a journey.

Research has proved that one of the leading motivations to visit a particular destination is "ease of communication" , which means the availability of comprehensible information both in written and spoken languages to a traveller (Goeldner, 2003). The concept of "a language" is usually applied to describe verbal expressions that people use in their communication both in a spoken and written form, therefore a cross cultural communication or the exchange of information without supplying a translation in a corresponding language is unimaginable (Striphes, 2006; Sellnon et al, 2009; Barry, 1997, Starpkultūru komunikācija, 2010).

The translation of the necessary information into a language, comprehensible to a tourist, means a lot more than just an indication "where to go, what to do, etc.", but also demonstrates a respectful attitude to a person who has decided to spend his/her money in the corresponding country (Striphes, 2006).

There exist assumptions that one of the biggest disadvantages in the offer of Latvia's tourism products is the language barrier, in other words, – the insufficient amount of information in a language, comprehensible to tourists (Mārketinga stratēģija, 2010; Aptaujas anketa, 2010) In connection with data, compiled by the Central Statistics Department, most tourists arrive in Latvia from Russia, the Baltic as well as the Scandinavian states, also from Great Britain (*European Travel Commission 2010*); therefore, the above mentioned countries belong to prior and high prior target markets- in short- these are the countries with the biggest potential to increase the return from marketing investments (Mārketinga stratēģija, 2010; Lulle, 2010) In addition, it could also mean that it is essential to supply the necessary information to a traveller in languages that are basically understandable to tourists who arrive from prior target markets.

Although many believe that the English language is a universal language which "as if" should be understood by everyone, yet the dominance of the English language is frequently denied and accepted with antipathy (Toth, 2007). It means a logical necessity to supply the information, vital to a tourist, in at least three foreign languages – English, German and Russian. It should be added that in the Eastern countries there are very many potential tourists, and the future growth of the number of tourists not only from Russia, but also from Belarus and Kazakhstan may be anticipated , which means the focus of a particular attention to translations in the Russian language (Naglis, 2010).

1. Characteristics of the Research

Purpose of the research

To establish the accessibility of Riga and Latvia to a tourist from a foreign language perspective.

Research question

Taking into account the above mentioned information the author proposed a research question: to clarify and evaluate how accessible is Riga (and Latvia) at present to an individual traveller who has arrived from a prior target market country, and who understands the English or/and Russian or/and German languages, and who has previously made flight ticket and hotel accommodation reservations on the internet, where the tourist has also basically got introduced to the infrastructure of the destination as well as the offered product: attractions, transport, enterteinment facilities, catering, etc.

Methodology of the research

As the research requires personal contact, the qualitative approach has been selected. Accordingly the following research methods were used:

- analysis of theoretical literature and sources, where the necessity to offer information into a language, comprehensible to a tourist was analysed and justified,
- empirical methods of research:

- data obtaining methods (expert interviews),
- background analysis (excursions to significant tourism attractions),
- methods of data processing and analysis (content analysis).

Stages of the research:

1. stage: the exploration of the research context, analysing literature and other theoretical sources,
2. stage: expert interviews,
3. stage: a practical observation, – to inspect specifically selected popular tourist routes:

the author made an experiment: to go to the centre of Riga from the airport by public transport, using the available verbal information in foreign languages. After that several most popular tourist destinations were selected with an aim to visit them individually, and during these visits to state how visual, comprehensible and available is the information, aimed at the visitor, for example, about the usage of the public transport (stops, fares, etc.) that takes the visitor to the necessary destination, as well as – how available is the information in the destinations themselves; the catering possibilities during the journey, etc.

The starting point of the journey was selected a hotel in the centre of Riga Radisson Blu, and as the local destinations were selected Riga Central maket, Art Nouveau museum, the Open Air Museum, Jurmala, as well as Rundale Castle. The justification of the author's choice: to reach the selected destinations from the centre of Riga (where the tourist is hypothetically staying), various means of public transport must be used, also walking, with the use of a city map and different visual informative notices. Some of the destinations are essentially different, moreover, not all of them have been arranged, taking into account the needs of a foreign tourist.

- summarizing the data,
- evaluating the results,
- making conclusions and offering suggestions.

Sample of the research

The sample of expert interviews comprised 5 respondents. The respondents were selected according to the following principles:

- Area of operation – all experts are employed in the area of tourism,
- Work experience with foreign tourists – four of the experts have a 10–20 year experience in work with foreign tourists,
- Various areas of tourism are represented – experts belong to different areas of tourism, in addition – three of them take leading managerial positions in the industry of tourism.

2. The process and Results of the Research

Expert interviews

Interviewing the employees of Riga Tourist Information centre the author clarifies the basic needs of foreign travellers (first of all individual travellers), their main needs and requirements; interviewing the marketing director of Latvian Tourism Development Agency (further in the text LTDA) Linda Penka the author learns about the current problems of the branch of tourism (basically-financial), because of which the translation of tourist information in foreign languages is limited; in the interview with the LTDA director's advisor and lecturer in School of Business Administration Turiba Aija van der Steina the author defines, what exactly disappoints foreign tourists from a foreign language perspective; in the interviews with the head of a travel agency A-SONO Zanda Sena and the corporate group travel consultant in Baltics and a long – term travel guide Aira Liepkalne, as well as the director of the travel agency FTB Latvia Anta Jokste, the author clarifies the new trends in inbound tourism. In the result of all previously mentioned interviews the following assumption is justified: foreign tourists (especially tourists from Germany) more and more often select individual and independent travel, therefore without the guidance of a tour operator and travel agencies they arrange their own itinerary, make an electronic reservation of transport and accommodation, and independently select tourist attractions, previously collecting information about them form various sources, basically in the I-net. Using the information searcher *Google* programme, and printing the phrase *"tourism in Latvia"*, sufficient amount of information in the English, German and Russian languages becomes available. Latvia's official tourism portal (Kurp doties, 2010) must be specifically mentioned, although the author found several grammar and spelling mistakes in the English version of this piece of information. Pictures, maps, explanations, how to get to the selected destination, as well as more detailed information about the history of the site, etc., are available.

In addition, the research was done with an assistance of the students of School of Business administration Turiba, the faculty of International tourism, – Lita Retko in particular.

The rapidly growing number of individual travellers lets the author make a conclusion that the necessity to supply information, vital for a tourist in foreign languages, is becoming more and more topical.

The process of the research

While working out the route of the experimental excursion the following **criteria** were taken into consideration:

- Environment availability, i.e. how to get to the selected destination. Such destinations were chosen that could be reached by different means of transport in order to get a maximum objective impression,
- Visual information availability, – the destinations where a considerable amount of information can be gained with the mediation of notices, posters, information boards, etc.,
- Foreign language skills of the employees, employed in tourism attractions.

The assessment was made using Likert scale 1–5 (where 1 means poor, 2 – partially unsatisfactory, 3 – satisfactory, 4 – partially satisfactory, 5 – good).

Arrival in Latvia

After a foreign traveller's arrival in Riga International airport in Latvia it is easy to state that all informative notices are available only in the English and Latvian languages. As a specific exception can be mentioned a notice on the front door in the Russian language with a piece of information how to find the tourism information bureau at the airport. However it has been closed since the beginning of 2011, which makes the situation worse.

After collecting the baggage and leaving the airport through the arrival hall the traveller finds a stand that gives information about public transport (in Latvian and English) that takes passengers to town centre. The information is partially false, as the bus stop of bus 22 is located approximately 100 metres farther away, opposite the car park, and the passenger must walk in order to reach the stop. All previously mentioned (as well as the information about the fare and the frequency of bus 22 traffic) can be found in Riga airport home page (Riga International airport, 2009). The bus driver is not capable of communicating either in the English or German languages. A taxi can also be used to reach the town centre, and also the company *Air Baltic* express, however in this case the fare for the journey is considerably more expensive.

A conclusion must be made that a tourist who has not previously searched for the information about the possibilities to get to the centre of Riga from the airport, can face difficulties both due to the shortage of information and the language barrier.

From a foreign language perspective the arrival from Riga International airport to the centre of Riga can be assessed as partially unsatisfactory.

Riga Central Market

There is a huge amount of information about the Central market available in series of home pages (Riga travel, 2010; Riga City guide, 2010; Kurp doties un ko apskatīt, 2010; Around and about, 2010, etc.), this tourist attraction is significant as a territory that has been included in the UNESCO heritage list; it can also be found in the list of the main tourist destinations of LTDA, moreover, in the official homepage of Latvia's tourism (Kurp doties, 2010) it has been mentioned as an attraction that belongs to TOP 10. According to the opinion of Tourism information centre employees and travel guides, the foreign tourists have always found the Central market as one of the most attractive local destinations. Travellers' references are rather contradictory, though. From individual informal talks with foreign tourists a conclusion can be made that the market dramatically faces the insufficiency of information in foreign languages (basically in a written notice form), and many tourists travel the market with the help of "intuition" .

The author goes to the Central market on foot (orientators – Central Bus station, Central Rail terminal), following Riga city map that is available in hotels in different brochures, tourist information centres, and can be printed from the internet. The physical accessibility of the Central market is rather

complicated due to the peculiarities of the streets' and tunnels' construction, as well as the lack of written information how to get there.

An unprepared traveller may get an impression that there is big chaos in the Central market: informative notices can be found only in the pavilions, besides, in most cases they are only in the Latvian language. Translations (basically in Russian) are very seldom, and they are insignificant. There are no translations in the German language. The staff of the Central market does not communicate in foreign languages, however, taking into consideration the specific of a market, this fact should not be evaluated as a big disadvantage.

Series of different bistros, coffee bars, buffets, etc., where a traveller can have a meal, are accessible in the Central market, yet the information about the location of these establishments is chaotic and hardly available.

After visiting the Central market a conclusion can be made that the Central market is a curious and colouring place, yet for a foreign tourist it is rather complicated and incomprehensible because of the lack of translated information and its chaotic location; on the whole from a foreign language perspective the situation in the Riga Central market must be assessed as poor.

Alberta Street

The next object that can be reached by walking from the city centre and following the city map is Art Nouveau museum, located in Alberta Street. It is particularly famous for its art nouveau architecture, and also belongs to the most frequently visited tourist attractions. "Riga is included into UNESCO World heritage list because of the collection of art nouveau buildings, which is one of the biggest in the world, in addition, as a city, the architecture of which reflects the city history starting from 1201 to nowadays" (*Art* Nouveau district, 2010; Rīgas jūgendstila centrs, 2010) Huge amounts of information about Alberta Street and the museum located there is easily available on the internet in several languages. Getting to Alberta Street is not complicated, as the names of all the streets are indicated, and the walk to the museum is a fascinating excursion by itself: the marvellous art nouveau buildings are everywhere – they are located not only in Alberta Street, but in all the nearby streets in this district. Some of the buildings carry notice boards with information (basically in the Latvian language) about the history of the particular building and the personalities who took part in the architectural design and construction of the building.

The informative signboard of the museum is displayed on the street, it is only in the Latvian and English languages, yet inside the museum the accessibility of information in different foreign languages is excellent: informative brochures as well as the description of each room can be read in the Latvian, English, Russian and German languages. The staff are kind and hospitable, and attractive, capable of communicating in foreign languages. The museum is quite small, but really original and singular, and gives an impression about the art nouveau era and basic peculiarities of this style. An informative film about art nouveau style in Riga is demonstrated upon the customers' request.

After visiting Art Nouveau museum in Riga a conclusion can be made that the accessibility of information about Riga as an art nouveau centre from a foreign language perspective is good.

Open Air Museum

As the next tourist atraction the Open Air Museum has been selected, which is one of the most popular and unique tourist attractions. It is located in the territory of Riga, yet far away in the suburbs, and an individual traveller can reach it only by means of public transport. There is sufficient amount of information about the Open Air Museum in the Latvia's tourism portal (Kurp doties, 2010) as well as other home pages; there are also offered means of transport that may take tourists to the destination.

The author has selected a bus – route No1, and the bus stop is next to the Open Air Museum, yet the home page does not indicate the location of the bus stop in the city centre. A tourist must search for this information either in a hotel, or a Tourist information centre, or the home page of Riga public transport (Rīgas satiksme, 2010). There the necessary information is available in the Latvian, Russian, English, Lithuanian and Estonian languages.

After getting off the bus, the notice about the location of the museum is only in the Latvian and English languages, yet the stands near the entrance with detailed information can be found also in the Russian and German languages.

The informative notices inside the territory of the museum have obviously been created in different periods of time, as there is no logic: some of the notices (descriptions, etc.) are only in the Latvian and English languages, some other – in the Latvian, English and German languages, whereas the newest informative texts at the front door of each historic building can be read in Latvian, English and Russian. In many places there are no informative signs or notices at all (they have obviously been removed in order to change). It must be mentioned that symbols are also used for customers' information (smoking is prohibited, dogs are not allowed, etc.) The staff are kind and responsive, the foreign language knowledge is different.

Conclusions after visiting the Open Air Museum: the accessibility of information of reaching the museum is satisfactory, however the museum does not have a unified concept about supplying information in foreign languages, so the situation can be assessed as partially satisfactory.

Jūrmala

The following destination is Jūrmala. Before going there a foreign tourist should clarify the details of the journey in a hotel or a Tourist information centre, as an idividual journey may be rather complicated due to several reasons: the official Latvia's tourism portal does not indicate the most convenient means of transport for a journey to Jūrmala, and this information must be found separately (Visit Europe, 2010; Rīgas satiksme, 2010); in addition, a tourist may find it confusing that "Jūrmala" does not mean one particular destination; in reality the city consists of 12 separate seaside villages (their names also carry the train stations). It is important to find out beforehand, to which of the villages the tourist is willing to go, – which village is quieter, which is more lively, with entertainment, shopping facilities, etc. The most frequently selected destination is Majori.

After getting to know the best means of transport, which is a train, the tourist goes to the Central train terminal. Here surprisingly little information can be found in foreign languages: almost all notices and informative signboards are only in the Latvian language, – also next to the international ticket offices

and train schedules. As an exception the scheme of the Passengers' transport route that has been translated into English, as well as the Reminder – regulations (visas, etc.) that has a translation in Russian, must be mentioned. The building of the Central train terminal has also an Information centre (the notice is rather inconspicuous and is difficult to find), yet it is not a Tourist information centre, but a Railroad information centre, where foreign tourists can find more information about train traffic. At this moment just three tourist information centres are operating: two of them are located in the Old Riga (Town square and Livu square), and one more in Riga International bus terminal.

In Central train terminal the only piece of written information where a tourist must go in order to get to Jūrmala is an inconspicuous notice in the Latvian language near the entrance to the train platform.

After getting off in Majori the situation becomes comparatively simple, as the sea is near the train station, but all shops, cafes and entertainment facilities are located compact, and the information is comprehensible.

The amount of information in foreign languages that is necessary for an individual tourist in order to travel to Jūrmala can be assessed as partially unsatisfactory.

Rundale castle

Rundale castle is the next destination. It is one of the most famous tourist attractions (Latvia. The most popular tourist destinations, 2010), so it has been mentioned on the front page of Latvia's tourism portal (Kurp doties, 2010; Visit Europe, 2010). In the beginning it must be mentioned that there are no instructions how to get there. The most comfortable way is to go there together with an organized group of tourists, and an individual traveller may join such a group. Yet there is a possibility to go to the castle individually. This option should be considered in tourist information centres.

The main tourist information centre, as it was previously mentioned, is located in Old Riga, on the premises of Melngalvju nams (the Blackheads' house). The employees of this centre explain that most tourists who are willing to travel individually to Rundale castle, come from Germany, and more seldom – from Russia. It is possible to obtain information in the information centre about the public transport that takes a tourist to Rundale castle.

First of all a tourist travels to Bauska. In Riga Central bus terminal unlike the Central train terminal a lot more information is available in foreign languages (at least English and Russian), it is comprehensible and visual. The bus traffic to Bauska is frequent and regular.

In Bauska bus station the situation is different: all informative notices and signs are only in the Latvian language, moreover, the employees of the bus station are not capable of communicating in any foreign language (except for Russian), which means that a foreign tourist should collect detailed information beforehand what to do and where to go to be able to get to Pilsrundale.

The main information stand meant for tourists, that gives information about the castle and its history, is available in all four languages, whereas the other stand that is located on the tourists' walk, with the scheme of the castle and its park, is only in the Latvian and English languages. This is incomprehensible, as historically the castle was tied particularly with the Russians and the Germans.

After visiting Rundale castle a conclusion can be made that for a foreign individual tourist it is more comfortable to join a group of tourists and travel under the guidance of a qualified guide, otherwise the tourist may face different obstacles and inconveniences, so the accessibility of information from a foreign language perspective can be assessed only as partially satisfactory.

3. Discussion

The author of the research clarified and evaluated the accessibility of Riga (and Latvia) to an individual tourist from a foreign language perspective. So far identic research has not been done, yet in 2003 a research was done "Information of Latvia Tourism in the Internet: Evaluations and Comparisons" (Bērziņa, Blunavs, Ozols, 2003), where it was proved that in informative materials the most important target group languages are not used: neither German, Finnish, Russian, nor the Lithuanian and Estonian languages.

There is a study "The Explanations of Tourism terminology: its structural logical system" (Rozīte, 2003), where attention has been paid to the fact that the English language has a dominance in the International tourism both among tourists as well as professionals, and there is a very insignificant other languages' proportion – in electronic and other means of communication, as well as in publishing professional and applied literature; textbooks and magazines.

There is a similar study (to the author's study) in 2009 in Vilnius (Ryvityte, Lukošiūte, *2009*), where it was proved that the Lithanian language is dominant in informative signs and notices in Lithuania. The next most frequently used language is English, – the same thesis has been certified in the author's work, – related to foreign language use in Riga and Latvia. In some cases signs and notices in the streets of Vilnius are in other languages too French, Swedish, Polish, Turkish, however it must be added that these notices are basically connected with foreign embassies.

This situation is in contrast with the research that was done in other European countries (Austria, Great Britain, Italy, Bulgaria) (Rosss, 1997; Schlick, 2002; Schlick, 2003; Griffin, 2001; Griffin, 2004), where the English language dominates, yet the principle of multilanguage use has partially been observed, as information in shops and stores is offered in the local native language, too.

As for foreign language use, research is being done by the students of Modern language faculty of the University of Latvia under the guidance of the professor Ingrida Kramina, – the basic topic that is being discussed is the inadequate food names' translations in various public catering enterprises. The results of the research have been presented in conferences, yet there are no generalized publications accessible to public.

Conclusions

As the result of the observations, after visiting the above mentioned destinations and attractions in Riga and Latvia, the author made the following **conclusions**: for a foreign tourist who has decided to visit Lativa individually, the amount of visual information in foreign languages is insufficient and therefore partially unsatisfactory, and in several tourist attractions it is even unsatisfactory. The informative signs and notices have most frequently been translated into English, considerably more seldom into the Russian, and very seldom – in the German languages.

It means that there is no unified concept in the issue of supplying translations in foreign languages, and is in sharp contrast with the fact that particularly Russia and Germany belong to the high prior target market group, and the translations in these languages should be supplied first.

The foreign language knowledge of the staff employed both in tourist attractions and terminals, stations and public transport must be assessed as unsatisfactory.

After making conclusions the author has prepared the following **suggestion**.

A foreign tourist who has decided to visit Latvia individually should prepare for this journey beforehand: collect maximum information from different Internet home pages meant for tourists, in addition, while being in Latvia, should consult Tourism information centres and/or hotel staff.

Bibliography

Questionnaire about cultural tourism in Latvia [Online] 02.11.2010 http://www.google.lv/

Around and About [Online] 20.11.2010 http://www.journeymart.com/DExplorer/Europe/latvia/Riga/viaround.htm

Art Nouveau District [Online] 10.11.2010 http://www.riga-life.com/riga/art-nouveau

Barry A. (1997). *Visual intelligence Perception, image and manipulation in visaual communication.* State University New York Press, Albany.

Bērziņa J., Blunavs G., Ozols J. (2003). Latvijas tūrisma informācija internetā: vērtējums un salīdzinājumi. *International scientific conference Sustainable development of tourism: tendencies, experience, possibilitie Publications* , pp. 33–33. Riga, 2003. 25.april, Turiba University

European Travel Commission [Online] 10.11.2010 http://www.google.lv/

Goeldner Ch., Ritchie J.R. (2003). *Tourism Principles, practices, philosophies* New Jersey, USA

Griffin J. (2001). Global English infiltrates Bulgaria. *English Today*, 17 (4), pp. 54–60.

Griffin, J. (2004). The presence of written English on the streets of Rome. *English Today*, 20 (2), pp. 3–8.

International scientific conference Sustainable development of tourism: tendencies, experience, possibilitie Publications, pp. 33–33. Riga, 2003. 25. april, Turiba University

Kurp doties un ko apskatīt [Online] 10.11.2010 http://www.latvia.travel/en

Latvijas tūrisma mārketinga stratēģija 2010.–2013. gadam (2010). Latvian Tourism Development agency (Eds.). Rīga 40 lpp.

Lulle B. (2010. 16.12.) TAVA direktors: tūrisms strauji atkopjas pēc kritiena, *Neatkarīgā rīta avīze*

Language and Culture: New Challenges for the Teachers of Europe (2009). Chodzkiene L. (Eds.) Vilniaus

Latvia. The most popular tourist destinations [Online] 10.11.2010 http://baltic- review.com/2010/11/10/latvia-the-most-popular-tourist-destinations/

Naglis J. (2010). Vai Latvija spēj atvērties tūrismam [Online] 02.11.2010 www.bizness.lv

Riga travel [Online] 10.11.2010 http://www.travelodestination.com/riga-travel/

Riga city guide [Online] 11.11.2011 http://www.riga-life.com/guide/tour.php

Rīgas jūgendstila centrs [Online] 13.11.2010 http://www.jugendstils.riga.lv/eng

Riga International airport (2009) [Online] 02.11.2010 http://www.riga-airport.com/en

Rīgas satiksme (2010) [Online] 02.11.2010 http://www.rigassatiksme.lv/

Ross N. (1997). Signs of international English. *English Today*, 19 (1), pp. 29–33.

Rozīte M. (2003). Tūrisma jēdzienu un terminu skaidrojumi: to strukturāli loģiskā sistēma. *International scientific conference Sustainable development of tourism: tendencies, experience, possibilitie.* Riga, 2003. 25.april, Turiba University, pp. 253.–261.

Ryvityte B., Lukošiūte I. (2009). From telling to spelling: The language of public signs in Lithuania. L.Chodzkiene (Eds.) *Language and Culture: New Challenges for the Teachers of Europe*. Vilniaus universiteto leidykla, pp.155–167.

Schlick M. (2002). The English of shop signs in Europe. *English Today*, 18 (2), 3–7.

Schlick M. (2003). The English in shop signs in Europe. *English Today*, 19 (1), 3–17.

Starpkultūru komunikācija [Online] 02.11.2010 http://www.infosum.net/lv/communication

Striphes T. (2006). *Communication as translation*

Sellnon T.L., Ulmer R., Seeger M. et al (2009). *Effective Risk Communication: A Message centred approach.* Springer, New York

Thee Future of Excellence in Public Relations and Communication Management

24. Visit Europe [Online] 11.11.2010 http://www.europethisway.com/places/riga-latvia.php/

A COMMUNICATION STRATEGY FOR OFFSET AFFECTED SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES: AVOIDING A NEGATIVE REPUTATION

Heinz-Axel Kirchwehm
Turiba University, Latvia

In today's global competitive environment, an effective and efficient business communication, oriented to the corporate objectives, is of essential importance for the most types of business. But what is to do when a new business sector has a negative reputation in the public and the traditional communication strategies are not appropriate? Some Small and Medium Enterprises (SMEs) which want or must operate in the business sector of so-called offset obligations realize that in the public this business sector is often equated with a lack of transparency and corruption. The aim of this paper is to examine the guerrilla marketing under the aspect of including approaches for Business Communication Strategies which are enabling SMEs to avoid or change a compromised reputation in a required direction. The necessary data for this investigation were collected through an intensive literature research and review which were based on the context of Communication Strategy, Guerilla Marketing, SMEs and Offset as well. The first research activities which were triggered through an overall Research Project on the impact of offset to the business processes of SMEs have shown that the guerilla marketing contains some approaches for such a communication strategy which will meet the specific needs of SMEs. The paper concludes that this newly developed communication strategy should be included in a superordinate Offset-Execution-Model for SMEs, so that it can be evaluated in reality.

Keywords: *Business communication, guerilla marketing, offset small and medium enterprises.*

Introduction

Globalization is a source of opportunities as well as a source of threats. Specific advantages derived from operating in a global market seem to be exploitable only by large organizations unless SMEs can find an organizational solution allowing them to cope with global business opportunities without suffering from limited resources and without exposing themselves to the risk of direct investment.

Today it is a common practice that procurement projects are associated with offset obligations. Based on this more and more, Original Equipment Manufacturers (OEMs) in the affected industries are handing over these obligations in lower stages of their supply chain (Europe Economics, 2009). This approach of risk sharing and value saving can be realized by the OEMs through their market power. The result is that SMEs, therefore, usually less experienced companies are facing with offset demands. The affected SMEs accept these new tasks; then they slide into a business sector whose reputation is seen very critically in the public. Reasons for this are corruption and non-transparent business practices which sometimes occur in cases of offset (TI, 2010). The two following headlines are intended to illustrate the problem:

- Investigations against EADS – Austria is considering to cancel the “Euro Fighter Deal”– 16.11.2012 – SPIEGEL ONLINE;

- Corruption scandal: Ferrostaal escapes into new strategy, from 26.11.2010 – Financial Times Germany.

Defence and security is one of the most corruption-prone sectors, after the construction as well as the oil and gas sectors. The defence industry and governments are increasingly aware of corruption risks and begin to tackle these problems. However, one area of the arms trade remains disturbingly non-transparent, carrying high corruption risks that are not being adequately addressed: defence offsets. (TI, 2010)

Offsets often appear in the form of compensation packages, industrial benefit programs, cooperative agreements, and countertrade policy. The arrangement, at its most fundamental level, is straightforward: a purchasing government obliges a foreign seller to include extra benefits with the sale of the base good. The foreign firm may then sign individual offset contracts with local firms in the purchasing government's economy. Brauer and Dunne (2007) summarized offsets as agreements in arms trade that "obligate the seller to reinvest arms sales proceeds in the purchasing country". Besides the buyer-seller relationship, offsets vary considerably in form. Offset transactions may take (but are not limited to) any of the following forms: subcontracting, technology transfer, countertrade, foreign investment, marketing assistance, training, co-production and licensed production.

In this examination, special attention has to be paid to SMEs. The reason for this lies in the fact that SMEs are of crucial importance for the supply chain of large defence firms. Nevertheless, even the SMEs suffer from the fact that the business sector offset is often equated with a negative reputation. Due to the fact that SMEs are usually not experienced in dealing with a negative reputation, they miss the necessary communication strategies to respond adequately. This situation is a problem because the reputation works in two directions: internally to the employees and externally to the public.

The approach of a deep examination of the guerilla marketing is derived from the fact, that guerilla marketing is in general an appropriate approach for SMEs.The original approach of guerrilla marketing is an alternative marketing strategy that suits SMEs to act like the guerrilla fighters have in the past: hit vulnerable targets of larger enemies by taking them by surprise. The unexpected and unusual guerrilla marketing campaigns helped smaller companies to successfully reach their target group, even though their bigger market competitors had a larger marketing budget, more experience, and a better spread to advance the market by using traditional marketing strategies.

The aim of this paper is to examine the guerrilla marketing under the aspect of including approaches for Business Communication Strategies which enable SMEs to avoid or change a compromised reputation in a required direction. The idea on which this aim is based is as follows: In the context of knowledge transfer for the companies that are not so experienced, the communication strategy should be effective and efficient but simple. For achieving the research aim, the following tasks must be accomplished:

- create an understanding of the context of Communication Strategy, Guerilla Marketing, SMEs and Offset;
- develop a communication strategy which considers the two-dimensional aspects of a negative reputation (internal and external);
- take into account the special requirements of SMEs.

1. Theoretical Framework

The theoretical framework of this examination has a breakdown structure of the context: Business Communication, Communication Strategy, Guerrilla Marketing, SMEs and Offset.

Business Communication

Communication is fundamental in business because business is a collaborative activity. Today's challenging global markets pose the necessity of coping with both local and international competitors. In such a scenario, the competitive capability of SMEs is under pressure in particular, if problems with the reputation are added to general problems. For SMEs, a good reputation is one of their most important assets. First, we will examine the reputation of the company in connection with the ability to conduct business activities; secondly, we must look at the company's staff. After all, who wants to work for a firm with a negative reputation looking after its staff?

According to Burt (2009), business communication with a corresponding communication strategy is the starting point for avoiding or changing a compromised reputation. The term *business communication* is used for all messages that will be sent and received for official purposes like running a business or managing an organization. Business communication is marked by formality as opposed with personal and social communication.

In his book Communication in Business, Peter Little defines communication as the process by which information is transmitted between individuals and/ or organizations so that an understandable response results. W.H. Newman and C.F. Summer Jr. define communication in the following way, "Communication is an exchange of facts, ideas, opinions, or emotions by two or more persons". Different communication styles vary enormously around the world, and they contribute to a staggering variety of business styles. As communication does not end in itself, behind every communication there is an appropriate strategy.

Communication Strategy

For a better understanding of the subject *communication strategy,* at first it is helpful to start with a definition of strategy. "For most people, strategy is generally perceived as a plan – a consciously intended course of action that is premeditated and deliberate," (Graetz et al, 2002). Also, "strategy and management is … the way to provide a framework for planning and decision-making that control and manage influences from the environment" (Khanfar, 2007). In combination with communication, it is clear that a communication strategy contains all measures for the achievement of communication objectives. Communication strategies can be reflected in the use of individual as well as in combination of several communication tools. This strategy is based on a marketing plan which, in its turn, is based on a market analysis (recording the market situation) and the development of a strategic marketing plan (promotional planning) which respects the advertising message and purposes (Gabler, 2013). In our case, the communication strategy should not support the product promotion, etc., but they have to avoid or change a compromised reputation in a required direction. Due to the fact that conventional approaches appear to be unsuitable here, the communication strategy will be developed on the basis of guerilla marketing.

Guerilla Marketing

Guerilla marketing distinguishes itself from other promotion tools by its surprise effect and it has become a very popular marketing strategy in current times. Levinson (2006) states that it can be described as marketing form which involves the usage of untraditional activities that help companies to weaken the rivals and stay successfully on the market even with limited sources. The word "guerilla" originally describes a group that uses a violent approach to achieve the implementation of their beliefs and ideology. Their opponents are often a tremendous force consisting of more people and even of more resources such as weapons or money. The guerilla fighters' only advantage is the fact that only they know where and when they will strike. The original approach of guerilla marketing is an alternative marketing strategy that suits small and medium-sized companies to act like the guerilla fighters have in the past: hit vulnerable targets of larger enemies by taking them by surprise. The unexpected and unusual guerilla marketing campaigns helped SMEs to successfully reach their target group, even though their bigger market competitors had a larger marketing budget, more experience, and a better spread to advance the market by using traditional marketing strategies.

SMEs

According to Thassanabanjong et al. (2009), SMEs are crucial for a sustainable, long-term growth dynamics and employment of the worldwide economy. As new technologies and globalization reduce the importance of economies of scale in many activities, the potential contribution of smaller firms is increasing. However, many of the classical problems of SMEs – such as lack of financing, difficulties in the use of technology, limited management skills, low productivity and regulatory failures – become even more acute in a global, technology-driven environment. SMEs are the backbone of economic growth in all countries (Singh et al., 2008; Garengo et al., 2005; McAdam et al., 2000). However, to preserve their status, SMEs must search for their chances in globalization.

Globalization is a source of opportunities as well as a source of threats. Specific advantages derived from operating in a global market seem to be exploitable only by large organizations unless SMEs can find an organizational solution allowing them to cope with global business opportunities without suffering from limited resources and without exposing themselves to the risk of direct investment. It is also possible to presume that SMEs will have an important role in the expanded international supply chain. It has occurred since large organizations with direct foreign investments are interested in using local suppliers in certain situations. The solution is in outsourcing all those production aspects that are considered not strategic, not very valuable, or too risky to be internalized. In the defence industry, this is the reason for the use of some second (or lower) tier suppliers (usually SMEs).

The European Commission's (EC) definitions for SME are categorized thus: companies employing less than 10 workers are very small-sized or micro companies, between 10–50 worker-employing companies are small-sized, companies with 50–250 workers are medium-sized, and companies employing more than 250 workers are accepted as large-sized companies. In the definitions of EU for SME, micro companies have a sales volume less than 2 million Euros per year, small-sized companies – less than 10 million Euros, and medium-sized companies have a sales volume less than 50 million Euros (EC, 2005).

Offset

Offset transactions are a special case of countertrade, increasingly occurring in the procurement of arms. Offsets are defined as an arrangement between a national government (normally the Ministry of Defence (MOD)) and a foreign arms supplier to direct some benefits of the contract back into the purchasing country as a condition of sale. A distinction must be made between direct or indirect offset, as well as a hybrid of these two types (BIS, 2007). Direct offset is directly related to the arms to be delivered or services. The different types of direct offsets include subcontracting, co-production, technology transfers, licensed production, training as well as investment and financing activities in the country of the contracting authority (buyer). Indirect offset is not directly related to the arms or services and typically includes purchasing and marketing / export assistance and investment, education, finance, and technology transfer (Ibid, p. 34).

The national-political reasons for requesting offset obligations vary from a state to state; however, the following objectives are the most important reasons (Pretoria, 2011):

- sustainable economic growth;
- establishment of new trading partners;
- foreign investment;
- exports of value-added goods and services;
- Research & Development collaboration;
- job creation;
- human resource development;
- technology transfer;
- economic advantages for previously disadvantaged communities.

According to Transparency International (2010), defence contracts involve great expenditure, and thus the offset arrangements are similarly large in value. They are also highly susceptible to corruption. Offsets are under much less scrutiny during their negotiation than the main arms deal. This holds true for both governmental scrutiny and for public awareness of such contracts. Worse, in many countries, there is almost no due diligence on potential improper beneficiaries from the offsets, no monitoring of performance on offset contracts, no audits of what was delivered compared to the pledges, and no publication of offset results, benefits or performance at all. This makes the offset an ideal playground for corruption and provides a negative image in the public. The lack of surveillance of offset contracts is amplified by their complexity. Offset processes involve a range of complicated and detailed contracts and often include investments into a variety of companies and subsidiaries, making monitoring even more difficult. There are three main categories of corruption risk from offset:

- improperly influencing the need for a particular defence acquisition in the first place;
- influencing the competitive decision for the main contract in non-transparent ways;
- allowing favors to be repaid to corrupt government officials via offset contracts.

With the increasing pace of economic development, the companies and governments are faced with more complex issues of corruption. The atmosphere of negativity and pessimism created over the issue of corruption is not good for either side. Especially for the companies, we have a two dimensional

problem; on the one hand, we have the public and the group of interest (external side) and, on the other hand, the employees (internal side).

2. Method and Materials

Research Questions

The research questions for this examination are derived from the research aim and are as follows:

1. Why are the traditional communication strategies not applicable in this case?
2. Does the guerrilla marketing possess approaches for such a communication strategy which will meet the specific needs of SMEs?

Research Framework

This examination is triggered through an overall research project on the impact of offset to the business processes of SMEs. During the necessary Pre-Study for this research project, the first indications show that SMEs do not have adequate communication strategies, enabling them in the business sector of offset to influence the associated negative reputation in the public. The Pre-Study was conducted in February 2012 and included 7 visits to two key companies in the German defense industry. In both cases, OEMs were selected to gather information and data for the Offset-Impact-Measurement-System (OIMS) on the problems of offset in general and on the specific problems concerning their suppliers when they have accepted offset obligations. During these visits, a total of 9 expert-interviews were conducted. Interview partners were managers, in total covering the know-how from 13 different business process areas. Through the informal character of these interviews, which also applies to the other used forms of data collection such as OIMS and a questionnaire, the companies and interview partners are not named in this examination. Background: the whole research project is aimed to the core competencies of the companies. Only a few of them are ready for sharing such valuable information and data.

Research Method and Approach

The necessary data for this examination were collected through an intensive literature research and review which were structured as follows: The first step was the definition of the necessary keywords. They are: Communication Strategy, Guerilla Marketing, SMEs, Offset, Reputation and a combination of all of them. The seconded step was an analysis of the literature for relevant papers. This part was mainly done via the internet with a keyword research on GOOGLE© and METASEARCH©; it took place in the period from November 2012 to January 2013 and ended with 40 selected scientific articles, papers as well as master and doctoral thesis for a more detailed analysis. This analysis was performed through a simple filter which checked whether there is a reference to offset, SMEs and a compromised reputation; and then whether there is a reference to communication strategies and guerrilla marketing. In parallel, this analysis was used for the theoretical framework of this examination. As the next step, a root cause analysis was conducted on the selected data which were led by the research questions and had to analyze the following subjects:

- analyze the difference between traditional marketing and guerilla marketing;

- analyze why the conventional strategies and instruments are not applicable;
- analyze the general requirements of SMEs in the context of a communication strategy;
- analyze the target audience for whom the new communication strategy is developed;
- analyze the integration of the communications strategy in the superordinate O-E-M.

All in all, the Development Model for this examination is as follows:

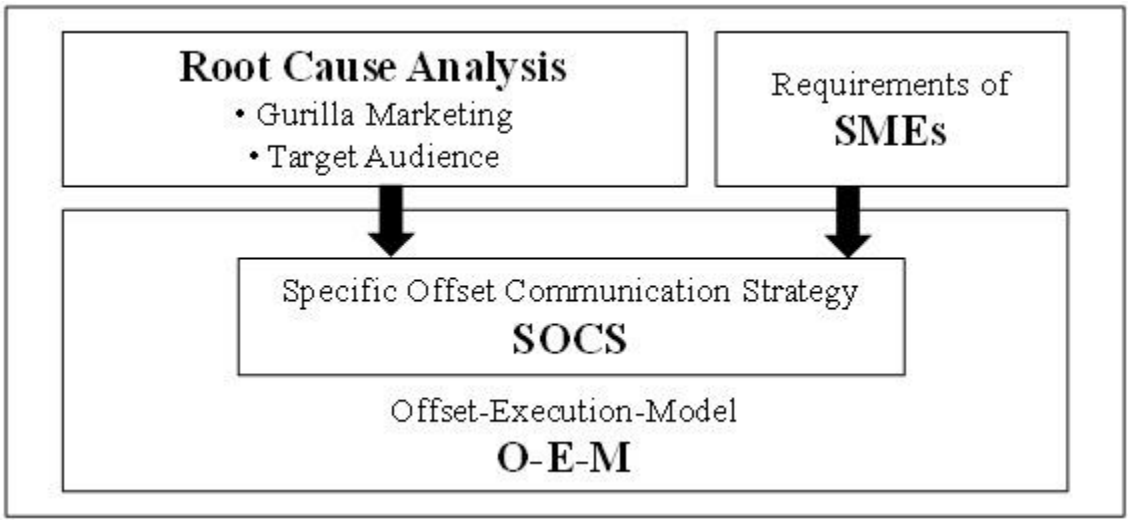


Figure 1. Development Model for a Specific Offset Communication Strategy

3. Findings of the Examination

1. Findings of the Root Cause Analysis

Differences between Traditional and Guerilla Marketing

In order to understand the principles of guerilla marketing performance, the significant differences between traditional marketing and guerilla marketing have to be identified. Referring to Levinson (2006), conventional advertising requires a certain capital addressed for promotion plan while time, energy, imagination and knowledge assets are a primary investment in 'guerilla' way. Big businesses with correspondingly substantial budgets are potential participants of traditional marketing which measures its success only by sales and the number of responses or store traffic. Traditional marketers neglect future relationships with customers since the purchase is made by concerning mostly about short-term value from marketing. In contrast, guerilla strategies are mostly oriented towards small or middle-sized firms with tiny budgets and remind that only the size of profits can measure what you are striving for.

Additionally, instead of concentration on "me" marketing and talking only about business, the guerrilla approach encourages customers to gain consent with marketing in order to build a future devotion to customer follow-up. Gallagher (2004) explains an explicit difference as: "What matters in guerilla marketing is, rather than what the firm does to be successful but what it does to differentiate itself from its rivals and its success in reaching a broader customer potential". According to Levinson (2006), there is a summary of the main differences between two ways of marketing in Table 1 below.

Table 1

Characteristics of traditional and guerilla marketing

Traditional Marketing	Guerilla Marketing
Primary investment is money	Primary investment is time, effort and creativity
Model for big business	Focus on small business
Success measured by sales	Success measured by profits
What can I take from the customer?	What can I give to the customer?
Mass media usage (direct mail, radio, television, newspapers)	Marketing weapons are numerous and most are free
Advertising works	Types of non-traditional marketing succeed
How much money do you have at the end?	How many relationships do you have at the end?

Source: Based on Levinson, 2006.

Why the Traditional Strategies and Instruments Are Not Applicable

With the marketing mix, marketing strategies perform concrete actions. The four classic instruments of the marketing mix are the so-called four "Ps": Product, Price, Place, and Promotion. This classification was first proposed by Jerome McCarthy in 1960. Some authors add other "Ps" such as "People" / "Staff", "Processes" or add "Physical Facilities" to this definition, in particular for the service marketing, which is in many ways different from the traditional product marketing.

The Largest Gap Is in the P: "Product"

In the analysis of the four Ps, it can be seen that the main limitation is in the area of Product. The usually used Unique Selling Proposition (USP) – strategy is not applicable in the case of the offset (see Figure 2). The USP is a "unique selling proposition"; and as this, it is the core of an advertising message. It refers to a strategic competitive advantage the product of a provider should have with regard to the product of competitors. The advertising emphasized by the USP should be understandable for the customer, memorable and believable. There may not be objectively demonstrable technical

product features; however, there may be purely psychological additional benefits. For the company, it is crucial that the advantage is available for a long time and cannot be easily copied by competitors. Through the special focus on a specific value of a product, the product should receive a competitive advantage. But in our case, the problem is that all the essential properties of arms systems as well as their production cannot be used as part of USP strategy because in the end death and destruction are the main tasks of arms.

Figure 2. The largest gap is in the P: "Product"

Source: The author, based on a picture from business-funds, 2011

General Requirements of SMEs in the Context of Communication Strategy

According to a Study from SIS International Research, which was conducted in January 2009, SMEs have the following general requirements in the context of communication strategy:

- management – informal, motivated, simple organizational structure;
- personnel – multi skilled and will not be responsible exclusively for communication;
- documentation – lack of elaborate documentation;
- communication – direct, informal and simple;
- processes – fewer in number and easy to map.

The Involved Group of Interest and the Target Audience

For specifying the right communication strategy, it is important to know exactly who belongs to the group of interest. As shown in the figure below, in the case of offset there are several members in the inner and outer circles of the group of interest.

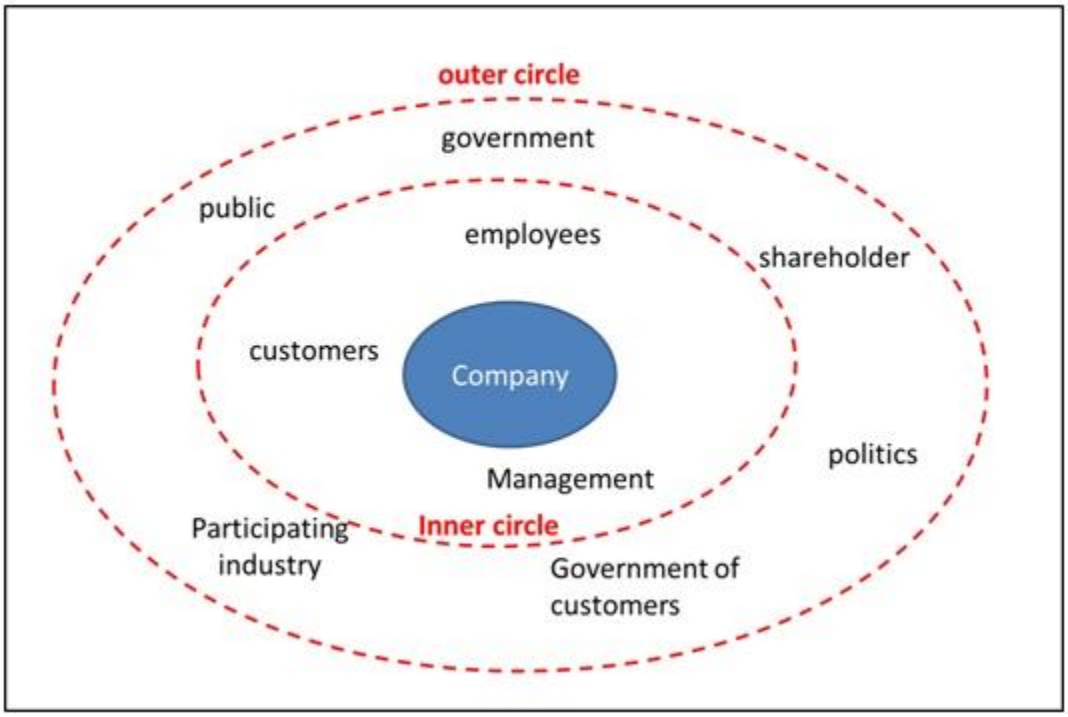


Figure 3. Group of interest in the case of offset

On the way to defining the right communication strategy, the next important step is to clarify who is the target audience. Only when the communication is addressed to the right people, there is a chance to change the compromised reputation of offset. However, before we can do this, we must define the **INFLUENCER** in different groups, so that we can try to change the negative reputation with the minimum effort:

- the target audience for the internal communication strategy is the EMPLOYEES;
- the target audience for the external communication strategy is the PUBLIC.

Integration of the Communications Strategy in the Superordinate O-E-M

The Offset-Execution-Model (O-E-M) is a model for SMEs which allows an effective and efficient handling of offset obligations. This model is based on a comprehensive analysis of the specific impact of offset on the business processes of SMEs. Based on this, the appropriate and coordinated model is

developed. This approach is based on the idea of the transfer of knowledge from experienced companies to less experienced ones.

When the model is developed, it will be content for all operational business processes, process description, Key-Performance-Indicator-Metrics and a list of necessary tasks for handling offset obligations in an effective and efficient manner. In the framework of the model, there should also be included Business Communication Process (BCP) with a specific communication strategy, due *to the fact that this business sector has a compromised reputation.*

2. The Sspecific Offset Communication Strategy (SOCS) for SMEs

Based on the findings of the previous section, there can be developed a communication strategy for changing or avoiding the negative compromised reputation of offset in the public as well as for the involved employees. To meet the needs of SMEs, the SOCS is designed as a basic strategy which can be used for internal communication with the EMPLOYEES as well as external communication with the PUBLIC. The basic strategy is also modular; so that delving into different issues, an individual module can be appropriated. For the SOCS, the following modules are designed:

- security à as a substitute for defence, arms, weapons, etc.;
- jobs à our mission is to preserve jobs;
- sustainability à we are thinking "green".

Taking into account the fact that the USP is not uesable for P: "Product", it has to be replaced in accordance with the guerilla marketing. This replacement has been found in the form of **veiling**. The entire communication is managed proactively out of an **Ambush** (…we determine the when, the where, and also the subject), avoiding discussion concerning the whole context of weapons–killing–arms–war. Instead, only the so-called side effects will be promoted and used in the internal and external communication.

Modules

Security

Hiding the arms industry and bringing the security into focus. Following the 9/11 discussion on home security, where the protection of life is brought to the fore. Everything is nothing without security.

In the public perception, defense companies are not of great importance. What their names are and where they are located, is not part of general knowledge. Nevertheless, they are visible on the Internet. On the websites of the major European defense companies, the cases of mentioning arms and similar terms are rare, instead a lot of "defence" and "protection of life" are mentioned. Only in the lower stages of their websites, defense products are introduced, such as a new armored personnel carrier:

“High tactical mobility, impressive firepower and the ability to transport quickly and safely troops”. Companies try to describe their products in a rational style.

Jobs

It is to start a broad public debate about job security to support arms sales and offset transactions. Since the topic of jobs has generally a high priority, it is also very likely that the media can lead the debate by themselves without any costs for the offset effected SMEs. In a debate about job security, one can also count on the support of the unions. To support such a discussion with the relevant facts/data, especially SMEs, they should not raise any statistical data by themselves, because the costs can be too high. Instead, studies of the EU, the government or the different industry associations should be used to support the debate with serious facts and data.

Sustainability

Sustainability in the defense industry: What may it look like? Besides the modern so called cleantech sector and the industrial development of green technologies, an environmentally friendly and sustainable practice is also essential for the defense industry. With the issue of sustainability confronted, SME can earn two values: one for protecting the environment and the other for a better corporate reputation. It is important, of course, that sustainability measures are well documented and represented medially in order to fully get the benefit from the change. A good tool for this is the sustainability report; any company can use it as a benchmark for their own efforts. A sustainability report is not a legal requirement; according to the current legislation, a business enterprise rather voluntarily commits to drafting such a document as the sustainability report should first take a look at the status quo of the company so that the ecological situation for each area can be evaluated. Based on this, one or more targets can be set, so that the issue of sustainability had a greater role in the future. Moreover, the sustainability report is also the right document to present effectively the achievements from the past in terms of ecology.

Veiling, swap, and camouflage are the heart of the offset specific communication strategy. When the others are still to lead the communication by themselves, then the new strategy works.

4. Discussion

Strategic management theory differentiates among enterprises as well as corporate, business, functional and operational strategies. Based on these strategy levels, a communication strategy is conceptualized as a functional strategy, providing the vital link between the company’s strategy and the communication function.

As a functional strategy, the SOCS provides focus and direction for an organization’s communication with external and internal influencers. The method of veiling, borrowed from the guerilla marketing, enables SMEs to avoid or change a compromised reputation. The actual new concept in this context is the combination of guerilla marketing approach with the specific circumstances of the business sector offset.

Only through pushing the discussion far from the core of the subject and under the avoiding of the compromised wording, such as arms, transparency and corruption, companies can influence a debate in a required direction. If necessary, even a discussion can be conducted as a "deputy war" in which it is possible to exploit the press or the unions as well.

Conclusion

The increasing of offset and, therefore, the concomitant involvement of SMEs promote the need for an effective communication strategy. No doubt, the strategy shown in this research might be only one of many others. The developed basic strategy SOCS will be integrated into the superordinate O-E-M so that in the case of need for the affected SMEs, there is a prepared recommendation at hand. Here, however, we must not forget that it is just a basic strategy and not more.

To summarize, there is one aspect that must not be forgotten in this context. A communication strategy which is pushing the discussion from the core of a subject to the side effects is one thing, less corruption and more transparency would be the other one.

The necessary literature search and review for this examination have led to the SOCS and in addition it has shown that, in general, the available literature is very limited in this context. Further investigations are required, in particular in terms of offset, corruption and SMEs.

Bibliography

Brauer, J and Dunne, J P, eds. (2004). *Arms Trade and Economic Development: Theory, Policy, and Cases in Arms Trade Offsets*. London: Routledge

Bureau of Industry and Security – BIS (2007). *Offsets in Defence Trade*. Thirteenth Study. Washington, D.C.: BIS, U.S. Department of Commerce. Available at: http://www.bis.doc.gov/defenseindustrialbaseprograms/osies/ offsets/default.htm [accessed 13 July 2009]

Burt, R.S. *Bandwidth and Echo: Trust, Information, and Gossip in Social Networks, chapter in Networks and Markets:* Contributions from Economics and Sociology (Casella, A. and J. E. Rauch (Edts.). Russell Sage Foundation, 2001

European Commission – EC (2005). *The new SME definition – User guide and model declaration*. Retrieved from http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_en.pdf [accessed 08 December 2011]

Europe Economics (2009). *Study on the Competitiveness of European Small and Medium sized Enterprises (SMEs) in the Defence Sector – Final Report*, Europe Economics – Chancery House, London, Available at: www.europe-economics.com [Accessed: 13 June 2010]

Gallagher, B. (2004). Guerilla marketing and branding. CA: Marketing Turkiye Press

Graetz, F., Rimmer, M., Lawrence, A. and Smith, A. (2002). Managing organizational change. Milton, Queensland, Australia: John Wiley and Sons Ltd.

Khanfar, M. (2007). *Visionary Approaches to Management of Corporate Communication Strategy and Its Implications*. The Business Review – Cambridge, 8, 2, pp. 198–207

Little, Peter (1977), *Communication in business*, Longman; 3rd edition.

Levinson, Jay Conrad (2006). Guerrilla marketing: put your advertising on steroids. Morgan James publishing.

McCarthy, Jerome: Basic Marketing: A managerial approach, 1960

Singh, R.K., Garg, S.K., Deshmukh, S.G. (2010). The competitiveness of SMEs in a globalized economy Observations from China and India. Management Research Review, vol. 33, no.1, pp. 54–65

Transparency International (2010). *Defence offsets addressing the risks of corruption & raising transparency*, Downstream Building, 1 London Bridge London SE1 9BG, United Kingdom.

Thassanabanjong, K., Miller, P., Marchant, P. (2009). Training in Thai SMEs. J*ournal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 16, no. 9, pp. 678–693

Pretoria (2011). Thesis fragment: *Countertrade Policies and Strategies*, Chapter 5–8, University of Pretoria. Available at http://upetd.up.ac.za/thesis/submitted/etd- 07132006-125002/unrestricted/02chapter5-8.pdf [Accessed: 10 March 2011]

Internet

http://business-fundas.com/wp-content/uploads/2011/02/The-4-Ps-of-Marketing.png

http://www.ftd.de/

http://www.spiegel.de/

http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/81506/kommunikationsstrategie-v5.html

EDUCATION CONTENT IN DISTANCE LEARNING BASED ON THE EXAMPLE OF A FIRST DEGREE PROFESSIONAL CERTIFICATION COURSE OF THE ACCOUNTANTS ASSOCIATION IN POLAND

Anna Kasperowicz, PhD, Assistant Professor
Wroclaw University of Economics, Poland

The rapid development of information technologies helped to develop a new form of education which is known as the distance learning or e-learning. This form of education is used at universities, in vocational education ,and also by the Association of Accountants of Poland (AAP) in the certification in the accounting profession. Designing e-courses and providing e-learning is a challenge for those responsible for the educational content, as well as software developers. The basis for the creation of the learning content within the AAP course of the first degree professional certification is defined in the Organizational and Program Framework for Professional Certification of accounting assistants. These were some major factors which impacted the selection of the e-course content. The order of the individual subjects was not adequate in relation to the objectives of the course realized in the form of e-learning. Therefore, the system implemented content has been adapted to the needs of the e-course which was presented in the form of mind maps. The main objective of the study was to describe the concept of 'learning content' in distance learning and demonstrate the process of constructing it taking as an example the content of the course prepared for the first level of professional certification by the Association of Accountants of Poland in the form of e-learning. For this purpose, analytical approach was used, supported by induction and deduction methods.

***Keywords**: educational content, e-learning, distance learning.*

Introduction

The turn of the centuries has brought forth a broad application of information technologies (IT). Information systems, coupled with the advance of telecommunication technologies, have made the Internet part of everyday life for the information society (Nowak, http://www.silesia.org.pl...). This new model of society puts a strong emphasis on learning and education. The rapid development of IT has enabled the use and propagation of new forms of education, such as distance learning (Kużdowicz, 2007: 42–44). Those forms of learning are widely used in vocational training, also in the professional certification process implemented by the Accountants Association in Poland (AAP).

Content creation for distance learning purposes requires a specific approach, much different from the one used in traditional courses based on face-to-face contact between the participants and educators. Preparation of content for distance learning requires close cooperation between education experts responsible for the actual content and IT personnel involved in the process. This cooperation creates a natural tension between two opposing concepts. On the one hand, education experts insist on enhanced visualization and interactivity of the course content. IT personnel, on the other hand, strives to limit this trend, invoking the arguments of increased workload and cost.

Educational content prepared for the purpose of distance learning is typically based on the existing material, developed for the purpose of traditional learning. Traditional content is of a great value from the factual perspective, but should not be directly copied into new forms.

The educational content for the AAP course of the first degree professional certification is defined in the Organizational and Program Framework for Professional Certification of accounting assistants. The requirements presented in the Framework classify the content of the course, but the postulated structural order of the content is not adequate for distance learning purposes. For this reason, the structure of the course has been rearranged to meet the needs of the new form of learning.

This study aims to define the concept of educational content for distance learning purposes and present the process of content creation, based on the example of the first degree professional certification course of the Accountants Association of Poland (AAP) offered in the form of distance learning. For this purpose the analytical approach was used, supported by induction and deduction methods.

1. Definition of Educational Content

The process of education is understood as a sequence of conscious and deliberate actions of teachers and students, which is composed of two elements: teaching and learning (Okoń, 1998, p 133). Teaching is a planned and systematic work of the teacher with the students, which implies the production and preservation of positive changes in their knowledge, dispositions, their entire personality (Okoń, 1998, p 55). In its turn, learning is a process in progress, which is based on experience, knowledge and practice of new forms of behavior and activities and subject to changes (Okoń, 1998, p 134).

In traditional education there are direct relationships between the two entities of the educational process, the teacher and the student. These relations called in the theory of teaching as 'the educational research scheme' include the processing of information as the basis of the research approach. The relationship formed between teacher and student during the learning process is a network of a direct mutual relationship. In the modern form which is e-learning there is an indirect relationship between the actors in the educational process, because between the two parties of the process there appears a new element, which is understood as a learning medium in which the educational content is available (Fig. 1). The exchange of information between the parties is possible exactly via this medium. The behavior of the teacher, as well as the behavior of the student, as part of the educational process is losing importance. The center of education is the most important part of the whole process as the element in which a relationship between the learning content creator – a teacher or a student, and the recipient is taking place. Despite the fact that there is no physical contact between the teacher and student there is a virtual contact via the Internet between them. This contact is initiated mainly by the student, which may be in the form of an e-mail to ask for an ongoing content. The questions asked give the teacher some clue how to implement the learning content of the system and show the direction of any alterations to the content of education (see Figure 1).

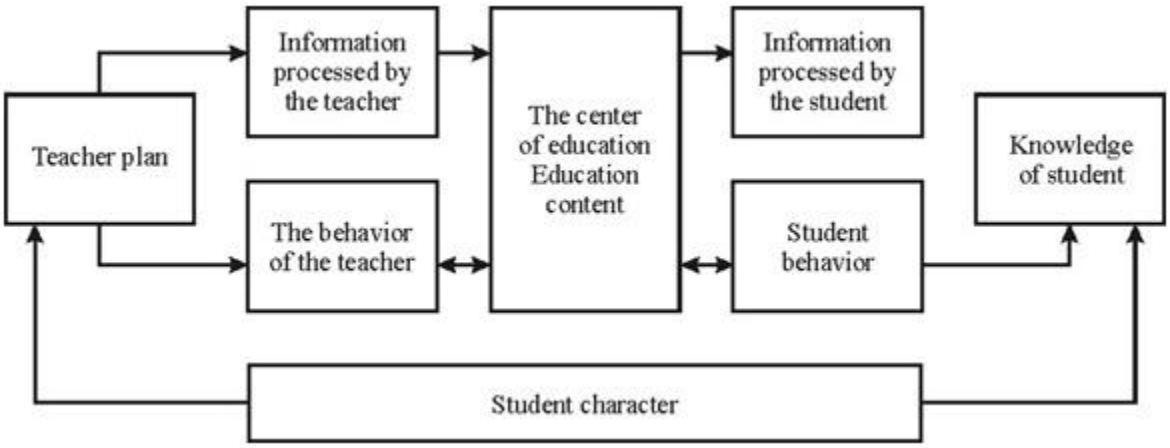


Figure 1. The educational research scheme in e-learning

Source: Kruszewski K., Zmiana i wiadomość. Perspektywy dydaktyki ogólnej, PWN, Warszawa 1987, s. 81.

As it is shown in the scheme, the central element of education in distance learning is the learning center, which is the carrier of the content of education.

Educational content is a concept consisting of the following three elements (Kruszewski, 1987:112):

1. an ordered repository of information – educational material,
2. the sum of anticipated effects and experiences of course participants at the course location – i.e. a change in participant's knowledge, skills and value system,
3. the sum of educational situations aimed at changing the broadly defined and desirable changes in the participant's personality and of spontaneous activities of the participant that lead to specific changes in mentality under the influence of educational material.

The first element is the educational material. For the purpose of distance learning, the material is arranged in several content layers. Those layers should reflect the structure of the educational material. Typically, distance learning content is arranged in a three-layer structure. Each layer should be accompanied by an attractive and concise description of its content. The first layer – i.e. the layer of the highest order – represents the advertising value. The second layer should present the content of the course. The third layer is used to present factual material and is also used to verify the acquired new knowledge or gain additional information. The most fundamental part of distance learning courses is represented in the content and forms of material included in the third layer. The content presented on screen can be referred to as a didactic message. The optimum message should be tailored to the following elements (Sokołowski & Skrzypniak, http://elearning.pl/filespace/):

- the message recipient,
- the message creator,
- the information contained in the message.

Before going into the process of content creation for a particular course, one should accurately define the target group, as well as situate the course material within the didactic process. One should decide whether the course is meant to supplement other content presented in a traditional form or to replace it. In the first case, when eye-to-eye contact with an educator is provided for, the main emphasis should be put on supplying content which serves to recapitulate and verify the acquired knowledge. Lecture-type content can be limited to minimum.

Table 1

Principles of training design

Lp.	Rule	Implementing rules for distance training
1	Tell appropriately selected evocative stories.	Using all the possible effects on the imagination. Supporting self-drawn conclusions. Maximum impact on the senses of hearing and sight. Using the examples in the form of short films, genre scenes.
2	Enabling learning through a play.	Breaking the monotony of converted content. Using games, fun games, both individually and in groups to coordinate discussions in chat rooms or message boards.
3	Let them experiment and learn from mistakes.	Equipping courses with interactive elements. Supporting learning from past mistakes without penalty.
4	Rightly choosing appropriate images and multimedia elements.	Multimedia effects should correspond to the transmitted content. With awareness of the technical limitations of the content should not be excessively expanded by the "special effects".
5	Surround the learner with the trainee care.	The person using the distance training should be supported from both technical and substantive with strict rules (specified time to respond and the form of support).
6	Give the opportunity to learn in a group.	Features of the course in not only communication mechanisms between users and manager of the course, but also between the people trained.
7	Focus on what is important.	Minimizing the message to the important one.
8	Give time for self-study and understanding.	The structure of the course should give time for one's own work and conclusions.
9	'Infect' the learner by your own passion.	Motivate participants to acquire knowledge. An interesting form, evocative transfer.
10	Make the trainee never stop learning.	Spread vision of the next steps in learning, create motivation to continue learning, support further enrichment of knowledge.

Source: Hyla M., Przewodnik po e-learningu, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005, s.164–165.

The material should offer the user a chance to collaborate and validate the newly acquired skills in practice. In the second case, when the personal contact with the teacher is excluded, educational content should distinctly focus on lecture-type material.

Content creation is typically delegated to a team of experts, offering a close cooperation between educators responsible for the factual content and the IT personnel as message creators.

The literature describes 10 principles of training design, compliance with which the training efficiency can be increased. They have been shown and described in Table 1.

Thus, Table 1 describes the 10 general principles which should guide the creator of courses in the form of e-learning.

2. Professional Certification by the Accountants Association of Poland (AAP)

The Accountants Association of Poland (AAP) is an organization with long traditions, a direct successor of the Association of Bookkeepers in Warsaw, formed in 1907 and assigned a new name of the Union of Accountants in Poland in 1926. The present name – the Accountants Association in Poland (AAP) – was officially registered on 30 July, 1946. The first general assembly of the delegates of AAP took place on 18 May, 1958. From the onset, the association has actively supported the development of accounting and financial audit. Since 1907, it has always emphasized the utmost professional qualities and ethical standards of the profession.

One of the fundamental goals of the AAP is to propagate thorough professional knowledge among the candidates, as well as lifelong learning opportunities and promulgation of up-to-date procedures on local and international scale for the more advanced members of the profession.

Since May 12 1989, the Accountants Association in Poland has been represented in the International Federation of Accountants (IFAC) by the National Council of Chartered Accountants.

In 2009, the Main Board of the Accountants Association in Poland introduced the professional title of ‘certified accountant’ and initiated the certification procedures. Certification of the accounting profession is one of the conditions expressed in the International Education Standards of the IFAC. From that point, the AAP took up the task of vocational education for accounting professions, in line with international standards. It is also responsible for creating adequate conditions for upgrading professional standards of both AAP members and non-members working in accounting professions.

Accounting is a profession of public trust, hence the requirements of professional and ethical standards are deemed of utmost importance. The educational path employed by the AAP is based on 14 modules divided into four degrees:

I degree – accountant,

II degree – accounting specialist,

III degree – chief accountant,

IV degree – certified (chartered) accountant.

	Exam – part D **The diploma assignment**						
extramural mode	**Exam – part C**						
	IV degree	Consolidation of financial reports	IFRS	Accounting in exceptional situations with elements of professional ethics	Introduction to organization and business		
	Exam – part B						
	III degree	Advanced financial accounting with elements of ethics	Financial reporting and analysis	Cost accounting and managerial accounting	Finances	Law and taxes part 2	Information Technology 2
	Exam – part A						
	II degree	Financial accounting with elements of professional ethics		Elements of economic law, laborcode and civil code	Introduction to taxes, part 1		
	I degree	Introduction to accounting with elements of professional ethics					

Figure 2. Degrees of professional certification used in the Accountants Association in Poland
Source: http://www.dk.skwp.pl/Certyfikacja,prezentacja,5877.html

Basic organization of the modules of professional certification by degree is presented in Figure 2.

Each degree of certification concludes with an examination conducted by an independent board. The examinations of the 1st, 2nd and 3rd degree are supervised by the regional examination boards. The 4th degree certification exam is conducted by the Central Professional Examination Board.

Each degree of professional certification is defined in a separate Organizational and Program Framework, with provisions pertaining to:

- the educational goal,
- preliminary requirements for course participants,
- knowledge and skills expected from participants at the end of the course,

- organization of the didactic process,
- methodology of education,
- the framework of educational program,
- detailed subject areas covered.

The subject areas covered in the first degree certification were used as the basis for the content creation for the purpose of distance learning in the educational path of professional certification realized by the AAP.

3. Content Creation Process in the Distance Learning Course of the First Degree Certification at Wroclaw Regional Branch of the Accountants Association in Poland (AAP)

As already mentioned, content creation for a distance learning course of the first degree professional certification at Wroclaw branch of the AAP was based on the subject areas defined in the respective Organizational and Program Framework for the candidates applying for the title of an accounting assistant. At the same time, it was assumed that distance learning as part of the education process would serve to supplement traditional training sessions conducted in person. For this reason, the content of the distance learning module would consist of interactive tasks designed to prepare the student for the final examination. The course participants would be expected to solve all the tasks provided in the module, after logging securely to a dedicated area of the web page. The IT system used for the content presentation was designed to allow for an instant verification. Answers provided by the user are compared with standard solutions. Wrong answers are automatically rejected, and the system displays an error message, providing a short timeframe for the user to correct the error. If the user fails to give a correct solution within that time, he or she may contact the course supervisor via electronic mail and request a leading question. After receiving the hint, the user is expected to solve the task without a further aid. Such an approach gives the user time to rethink the problem and make a correct decision. The leading questions should not hint at correct answers, but rather direct the user to respective sources of information, such as specific legislature.

The tasks are divided into 9 modules; each one starts with a content screen presenting an overview of theory (‘a crib’). The remaining content of each module comes in the form of interactive exercises. It is assumed that the content be presented in linear form, so that new concepts are first presented on a crib screen, and then introduced in specific interactive exercises. Each crib provides the basic elements of theoretical knowledge, accompanied by details of accounts required in solving individual exercises of the module. Special attention was paid to eliminate the risk of including elements of theory or accounts that have not been presented in the respective theoretical introductions.

The content creation was preceded by an in-depth analysis of the subject areas covered in the course. Detailed approach to this task will be explained on the basis of the example of a specific subject defined in the Framework, namely – point 1.8.1 ‘Record of fixed and intangible assets’. The context of the Framework provisions is presented below:

1.8 Record of balance sheet operations

- 1.8.1 ***Record of fixed and intangible assets***
- 1.8.2 Record of stock, receivables and cash
- 1.8.3 Record of equity
- 1.8.4 Record of encumbrance

1.9 Record of financial result operations

- 1.9.1 Record of cost and operational expenses
- 1.9.2 Record of cost by type
- 1.9.3 Record of cost by source
- 1.9.4 Record of cost by type and source
- 1.9.5 Record of earnings before interest and tax

1.10 Record of cost and earnings from other operational activities

1.11 Record of cost and earnings from financial activities

In the course of factual selection of content, it was decided that this part of the first degree certification process will involve records of the four most important and fundamental operations realized in the context of fixed and intangible asset records, namely:

- Purchase,
- Liquidation,
- Sale,
- Depreciation.

Fixed asset purchase records require bookkeeping of two documents: an invoice and a commission document. To record these documents, the user needs details of three accounts: "2 – Accounts and claims", "0 – Fixed assets", and "3 – Resources and products" (the latter containing accounts of fixed asset purchases). Detailed description of accounts is contained in point 1.8.2 of the learning module, i.e. after the introduction of fixed assets. In order to properly record depreciation, the user should be acquainted with basic functions of cost accounts, which are introduced in a later part of the program, namely: in point 1.9.

In other words, realization of the subject "Record of fixed and intangible assets' requires that the user be already acquainted with the subject of specific accounts, introduced in points:

- 1.9 Record of financial result operations in core business activities – depreciation,
- 1.10 Record of cost and earnings from other operational activities – liquidation, sales,
- 1.8.2 Record of stock, receivables and cash – sales,
- 1.8.4 Record of encumbrance – purchase.

Hence, the order of content postulated in the Framework is clearly inadequate from the viewpoint of the adopted concept of content structure for a distance learning module. An ideogram of relations between economic operations, their documentation and, ultimately, accounts and account groups is presented in the form of a mind map in Figure 3.

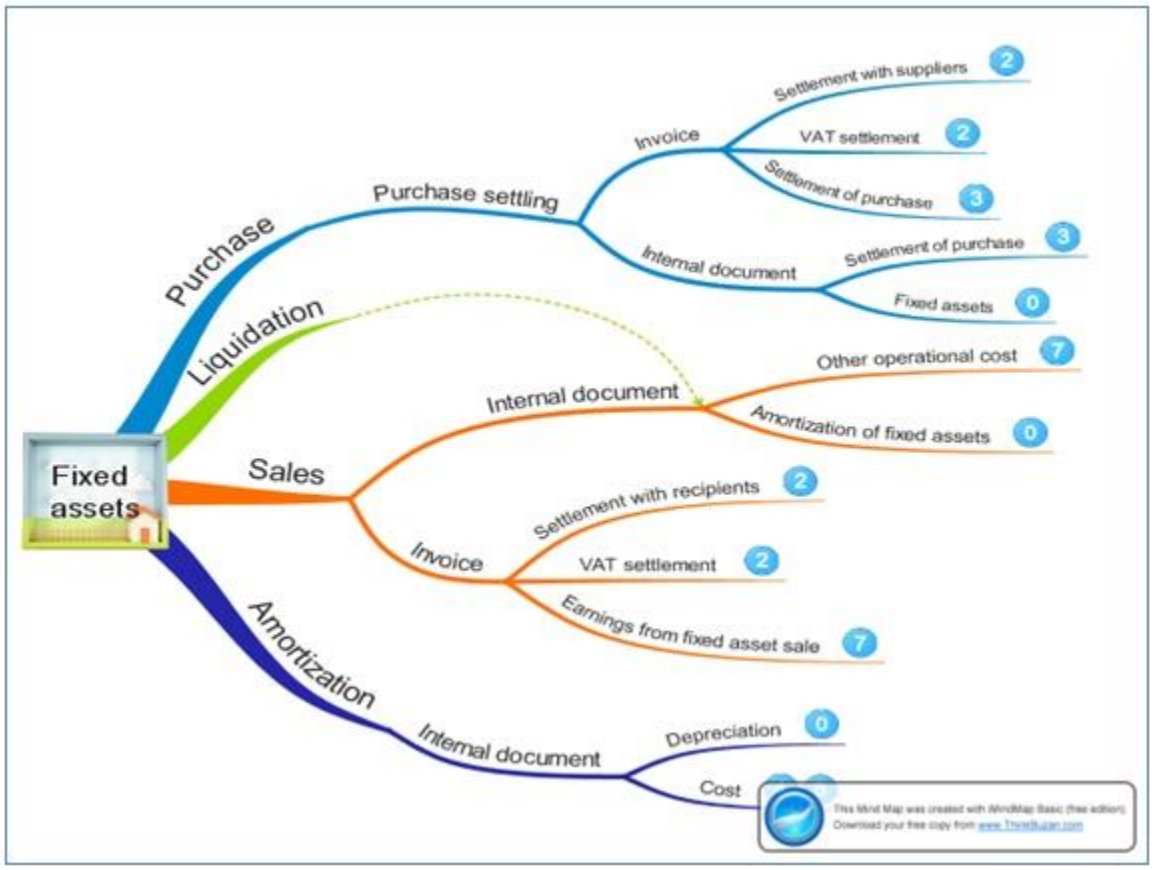


Figure 3. Mind map – interrelations between operations, documents and accounts in recording of fixed and intangible assets (author: Anna Kasperowicz)

The structure of the correlations shown in Figure 3 is by no means linear. The above approach may be successfully used in a traditional (face-to-face) learning context, when the students are able to ask questions. Furthermore, this context offers teachers feedback to evaluate students' comprehension and allows them to modify the content accordingly. In distance learning context, when the users (students) are required to solve the learning problems on their own, without guidance, this type of 'content skipping' should be avoided. Organization of content should be as fluid as possible.

Based on the above conclusion that the organization of content postulated in the Framework is not suitable for distance learning purposes, the following reorganization of content was adopted:

1. Accounting – preliminary definitions. Characteristics of assets and liabilities;
2. Balance sheet and profit-and-loss account;
3. Economic operations and their impact on balance sheet;
4. Books of account;
5. Cost of core business operations;

6. Settlements and core business operations;
7. Other operational activities;
8. Financial activities;
9. Exceptional occurrences and calculation of financial result.

Points 1 to 4 cover the basic autonomous notions – in this case, the order of content presentation is not prioritized. Only at later stages of the education process, proper sequence of content is of fundamental significance, and should be realized in a linear order to warrant comprehension and accordance with the adopted concept of distance learning. As shown above, the linear structure of the content starts with the introduction of cost grouping in groups “4” and “5”. The precedence of cost in this approach stems from the fact that good comprehension of the notion of cost is needed to properly approach the detailed problems, such as core business and other business activities, and financial activities. The next module applies to settlements and core business activities, and introduces the concepts of purchase and sale of resources and goods, as well as VAT settlements. The notions of fixed and immaterial asset operations are introduced as late as module 7 of the distance learning course. Those can be safely introduced at that point, since the notions of cost, depreciation, settlement of sale, purchase and VAT required for proper comprehension of the subject have already been discussed in earlier modules. Hence, module 7 can be devoted solely to presentation of content directly related to fixed and immaterial assets.

The division of modules five (M5) to seven (M7) with corresponding account relations is presented in Figure 4.

Figure 4. Mind map – division of content into modules 5,6,7 (M5, M6, M7) (author: Anna Kasperowicz)

The adopted approach to the content organization for the purpose of distance learning warrants continuity of discourse and creates conditions for independent realization of the learning material, without the need to resort to external sources of knowledge.

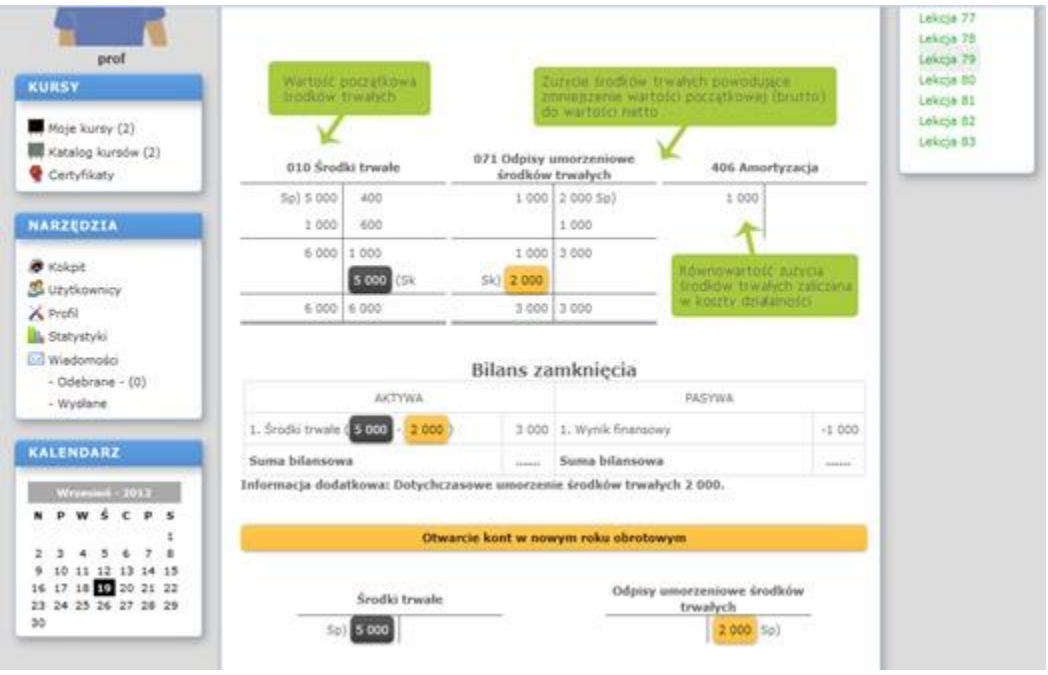


Figure 5. A ‘crib’ screen taken from module 7 – Other operational activities, as used in the distance learning application of a first degree professional certification course for accounting assistants.

Source: learning.skwp.pl.

To complement the discussion of the problem under study, two samples of the distance learning application are presented below. These are excerpts from the module “other operational activities. Figure 5 presents a screenshot of the so-called ‘crib’ screen.

The screen above shows a diagram of the interrelations between closing of financial year accounts, closing balance and opening of the accounts for the next fiscal year. The diagram is designed to help students tackle problems contained in the next part of the learning process.

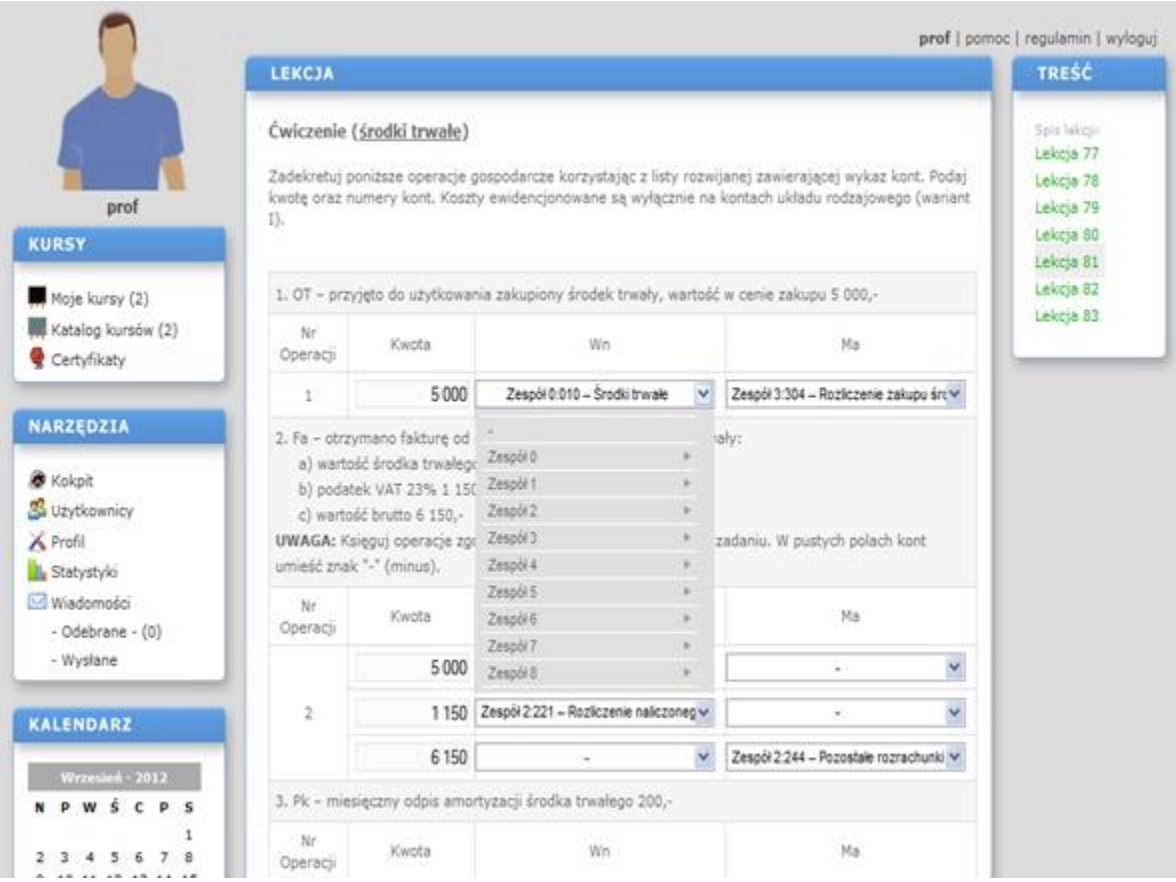


Figure 6. Sample of content taken from module 7 – Other operational activities, as used in the distance learning application of a first degree professional certification course for accounting assistants.

Source: learning.skwp.pl.

Figure 6 presents a sample exercise being used to cover fixed assets.

The sample screen shows part of an exercise for bookkeeping of economic operations. The exercise requires students to select proper accounts from a roll-down list.

Conclusions

Content creation for the purpose of distance learning is a laborious task of a great responsibility. It requires full comprehension of the factual knowledge covered in the e-learning course. The structure of the content employed in traditional courses, with a face-to-face contact between teachers and students, is typically unsuitable for distance learning purposes. In the case under study, the e-learning course preparation prioritizes factual linearity of content, which was not present in the respective provisions of the Operational and Program Framework of the first degree professional certification course for accounting assistants.

Bibliography

Arbeitszufriedenheit. In: *Uwarunkowania jakości życia w społeczeństwie informacyjnym*

Hyla, M. (2005). Przewodnik po e-learningu. *Oficyna Ekonomiczna*. Kraków

Kluge, P.D. & Kuźdowicz, P. (2007). *Nutzung dispositiver und ntscheidungsunterstützender Funktionalitäten von ERP-Systemen – Antrieb oder Bremse für die Entwicklung der*. Tom 1. Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Lublin

Kruszewski, K. (1987). *Zmiana i wiadomość. Perspektywy dydaktyki ogólnej*. PWN. Warszawa

Nowak, J. S., Społeczeństwo informatyczne – geneza i definicje
http://www.silesia.org.pl/upload/Nowak_Jerzy_Spoleczenstwo_informacyjne-geneza_i_definicje.pdf

Okoń, W. (1998). *Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej*, wydanie IV. Warszawa

Sokołowski, S. & Skrzypniak, R. Zasady konstruowania treści nauczania w kształceniu na odległość,
http://elearning.pl/filespace/artykuly/SokolowskiSkrzypniak.pdf. [Accessed on: 12/01/2012]

APPLICATION OF GOVERNMENT DEBT MODELS FOR BALTIC STATES

Nadezhda Semjonova
Riga Technical University, Latvia

In the modern world, the developed and the developing countries intensively use governmental borrowing policy both at internal and external financial markets. The problem of successful government debt management that takes into account economic crises could not be solved without finding an optimal strategy on the base of appropriate mathematic simulation. The goal of the present paper is to analyse accumulation of the government debt in Baltic States over the period of 1995–2011 and to make prognosis of the debt accumulation in the framework of the borrowing policy that persisted in these countries during the last decade. Three models of the government debt accumulation were considered: the two of Domar and the author's proposed crisis model that takes into account periodical changes in the national income growth rate. The data pool for the research was extracted from Central Statistical Bureau of Latvia and Eurostat database. The results showed that the crisis model provides the most adequate description of the government debt growth in 1995–2011 and predicts a higher government debt to national income ratio and tax burden, required to pay interest on debt, then the alternative Domar's models. For both Latvia and Lithuania, the tax burden may grow up to nearly 5% in 30 years, that may become intolerable for the economics, given the state borrowing policy will not change in comparison with 2008–2010, thus the state has to forecast for the crisis to avoid intensive borrowing at the crisis time to keep the tax burden low.

Keywords: *Government debt, Debt model, Economic cycles, Baltic States.*

Introduction

In the modern world, the developed and the developing countries intensively use governmental borrowing policy both at internal and external financial markets. In practice, nearly every country either is a lender on the financial market, or receives loans from the international financial bodies. These credits, in fact, provide resources for the developed, the developing or the transient economics.

Under the circumstances of the world economic crisis, the problem of the state debt management has grown to the extreme importance. As the economic situation worsens, the debates on government debt become more acute. The effective debt management is crucial especially during crisis. The high government debt leads to the increase of the tax burden, to the growth of the state budget deficit, to the dropping of the state consumption level, to the reduction of public sector salaries and social security payments. The above has a negative impact on the state economy, which is being already weakened by the crisis, and, thus, is forcing the government to borrow more.

The problem of a successful government debt management could not be solved without finding of an optimal strategy by means of a mathematical simulation. The simulation allows to analyze financial flows, making prognosis and selecting the most rational model of debt management.

A sound number of models, that describes the government debt, has been developed (Avramovic, 1964; Keunsuk, 2010; Arai, 2011). Those take into account both the accumulation of the debt itself, and the

debt influence on the state economic growth. One of the first models of government debt accumulation was proposed by Evsey Domar. In his pioneer work (Domar, 1944), Domar described several scenarios of national income growth and accumulation of the governmental debt. Although proposed 70 years ago, the Domar's approach is still the preferred one by a number of authors (Sardoni, 2008).

The goal of the present article is to analyse the accumulation of the government debt in the three Baltic States in 1995–2011 and to make prognosis of the debt accumulation in the framework of the borrowing policy that persisted in these countries during the last decade. For this, the Domar's model is especially suitable, because it concentrates exactly on the effect of the borrowing policy on the state debt.

To achieve the goal, the following tasks are defined: first, the parameters of the original Domar's model have to be found to fit one to the retrospective data on the Latvian economics, concerning both the national income and government debt growth; second, one have to evaluate, whether the original model describes real data adequately and propose necessary adjustment, in particular, to account for the crisis drop in the national income; third, to forecast dynamics of the government debt growth in a nearest future using the obtained parameters. The comparison of the forecasts, made by both original and adjusted models is the scope of the present study, too.

1. Data

For analysis, the data on the gross national income and the government debt of the period from 1995 till 2011 was taken. The data on the gross national income (referred further as national income) for Latvia were retrieved from the official web page of the Central Statistical Bureau of Latvia (CSB, 2012). The data for Lithuania and Estonia were taken from the Eurostat database (Eurostat, 2013). The national income was taken in actual prices in millions of EUR (Figure 1).

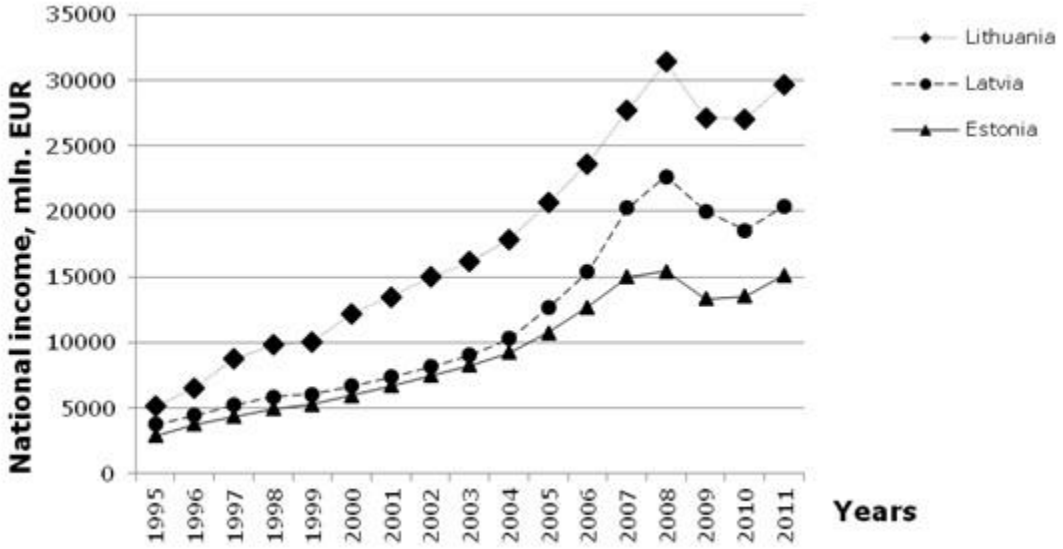


Figure 1. The national income of the Baltic States over the period of 1995–2011

The data on the government debt for all Baltic countries were retrieved from Eurostat database (Eurostat, 2013). Figures on debt were taken in actual costs, too, in millions of EUR (Figure 2).

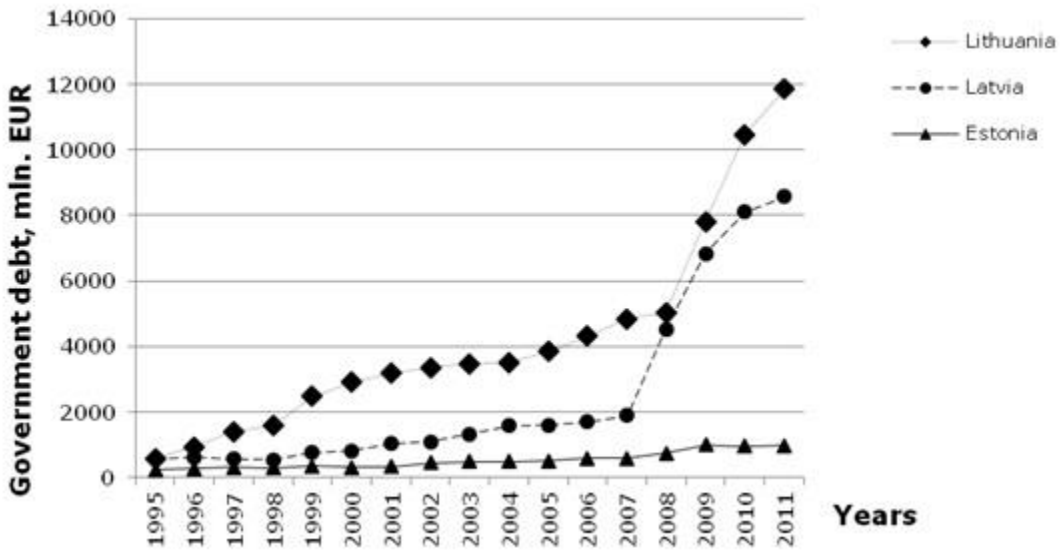


Figure 2. The government debt of the Baltic States over the period of 1995–2011

2. Domar's Models

The models, considered in the present article, are the Domar's model of the constant national income growth rate, referred further in this paper as a "classic Domar's model" and the "War" Domar's model, referred further as a "war model". In both models, the national income increases at a constant percentage rate *r*. In such a case, the national income *Y* at the year *t* is given by

$$Y(t) = Y_0 e^{rt}, \qquad (1)$$

where Y_0 is the national income at the beginning of the period under consideration.

In the classic Domar's model, the newly accumulated government debt is formed by a borrowing a percent of the national income each year. Thus, the total amount of debt, *D*, accumulated by the year t is:

$$D(t) = D_0 + \int_0^t \alpha Y_0 e^{rt} dt = D_0 + \frac{\alpha Y_0}{r}\left(e^{rt} - 1\right), \quad (2)$$

where D_0 is the "initial" government debt at the beginning of the period of interest. The main outcome of the classic Domar's model is the conclusion that if the national income increases at the constant rate, the ratio of the debt to the national income in a long term run tends to finite constant:

$$\lim_{t\to\infty} \frac{D}{Y}(t) = \frac{\alpha}{r}, \quad (3)$$

The same is true for the tax burden, required to pay interests on the debt. Given i is the interest ratio, paid on the debt, the percent of the taxes to be collected to pay the interest U/T tends to

$$\lim_{t\to\infty} \frac{U}{T}(t) = \lim_{t\to\infty} \frac{U}{Y+U} = \lim_{t\to\infty} \frac{iD}{Y+iD} = \frac{i}{\frac{r}{\alpha}+i}, \quad (4)$$

Here $U = iD$ is an interest charge on the debt and $T = Y+U$ is a taxable income. Thus the tax burden required to keep up with the debt is a limited value, too, entirely defined by the national income growth rate r, the percentage of the national income yearly borrowed by the government a and the interest rate on the debt i. Although limited, the tax burden may reach levels, intolerable for economy, at certain values of r, a and i, especially for $i >> r$. In his work, Domar considered the time period of 300 years, and the convergence of D/Y and U/T to the limit values was observed after approximately 150 years.

The Domar's "war model" differs from the "classic" one by consideration of two alternating periods: the "peace" period, when the government borrows a low percent of the national income a, and the "war" period, when the borrowing ratio increases to a higher level b. In the war model, the national income still remains growing in accord with eq.1. Equation 2, in turn, has to be rewritten to be adapted to the two periods of different borrowing policies. For calculation, it is more convenient to rewrite both eq.1 and eq.2 in the form

$$Y_n(t) = Y_{n-1} e^{rt}, \quad (5)$$

$$D_n(t) = D_{n-1} + \frac{\alpha_n Y_{n-1}}{r}\left(e^{rt} - 1\right), \quad (6)$$

where Y_{n-1} and D_{n-1} is the national income and the government debt at the end of the previous period and a_n is the percentage of the national income, borrowed yearly in the current period, i.e. a in the peace period and b in the war period. The outcome of the Domar's war model is similar to one of the classic model: both average ratio D/Y and the tax burden converge to the limited values, although yearly values of D/Y and U/T oscillate between limited minimal (in the peace period) and maximal (at

"war") values. In the original work, Domar analysed the 30-year period, divided into 25 years of peace and 5 years of war. In the present paper, a ten-year period is analysed.

3. Crisis Model

The assumption of the Domar's model of constant growth rate of the national income seems unrealistic for the real economy, where the periods of growth are replaced with the periods of recession. Thus, for analysis of the situation in Baltic States in 1995–2011, author modifies the Domar's model to account for the crisis. By analogy with the Domar's war model, two periods are considered. In the "growth period", the national income increases with the rate r_A and the government borrows a percents of the national income each year. At the "recession period", the national income increases with the rate r_B (that may be negative), but the government borrows at a higher rate b to compensate the decrement of the national income. To match the model to the actual situation, the lag between the beginning of the crisis and the drop in the national income may be introduced. The model equations for the growth period are:

$$Y_n(t) = Y_{n-1} e^{r_A t}, \tag{7}$$

$$D_n(t) = D_{n-1} + \frac{\alpha Y_{n-1}}{r_A}\left(e^{r_A t} - 1\right), \tag{8}$$

where Y_{n-1} and D_{n-1} is the national income and the government debt at the end of the previous recession period. For the recession period, the form of the equation is one of the eqs.7, where r_A is replaced with r_B, a with b, and Y_{n-1} and D_{n-1} is the national income and the government debt at the end of the previous growth period.

4. The Governmental Debt of the Baltic States in 1995–2011

The analysis of the national income growth rate over the 16 year period (Figure 3) demonstrates that in all the Baltic States the national income growth ratio dropped two times, in 1998–1999 and in 2008–2010, with *r* reached the smallest value in 1999 and 2009 respectively. Such behaviour is in a good agreement with the economic cycle model, proposed by Juglar (Lee, 1955). The Juglar cycles appear with periodicity of 8–11 years with some fluctuations in the cycles' duration. From the analysis of Figure 3 data, the 10-year period was used for calculation in the present paper. One has to note, that the crisis of 1998–1999 was attributed only by a slight drop in the national income growth rate. There was no drop in the national income itself, as well as no government borrowing. This may be explained by the low level of national income of the Baltic States, especially one of Latvia and Estonia at that time and the moderate severity of the crisis. Besides, in 2008–2009, the national income growth rate dropped to a negative value. One have to not, that during the period of 2000–2004 all Baltic countries demonstrated nearly the same growth of 10% that may be thought as "intrinsic" growth rate for developing Baltic economies.

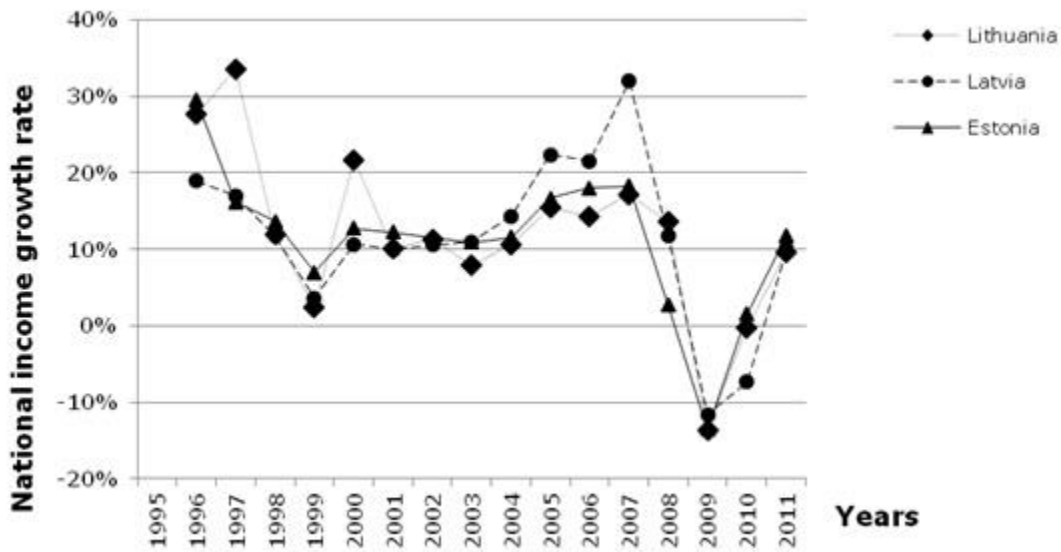


Figure 3. The national income growth rate in the Baltic States in 1995–2011

The borrowing policy of the Baltic States is illustrated by Figure 4. In 1999, Lithuania used the most intensive borrowing policy among all the Baltic countries, increasing borrowing rate up to 9% from the national income. This may be the reason of the peak rise of the Lithuanian national income growth rate in 2000. Latvia managed to cope with 1999 crisis without intensive borrowing, besides in 2008–2009 sharply raised borrowing rates up to nearly 12 %. Note, that Latvian government starts borrowing one year in advance to the maximal drop of the national income in 2009. Lithuania increased the borrowing rate in 2009 that coincides with the maximal drop in the growth rate. In contrast, Estonia kept the borrowing rate less than 2% all the time, in spite of the crisis.

The course of both the national income and the government debt growth in 1995–2011 was approximated, using the classic Domar's model (eqs.1,2) , the Domar's war model (eqs.5,6) and the proposed crisis model (eqs.7,8). The approximation was made by adjusting the models' parameters (r, r_A, r_B, a, b) to minimize the root mean square deviation of the simulated values of the national income and the government debt from the actual ones. For instance, for the national income, it is calculated over n years as

$$\sigma = \frac{\sum_t (Y(t) - Y_{model}(t))^2}{n}, \qquad (9)$$

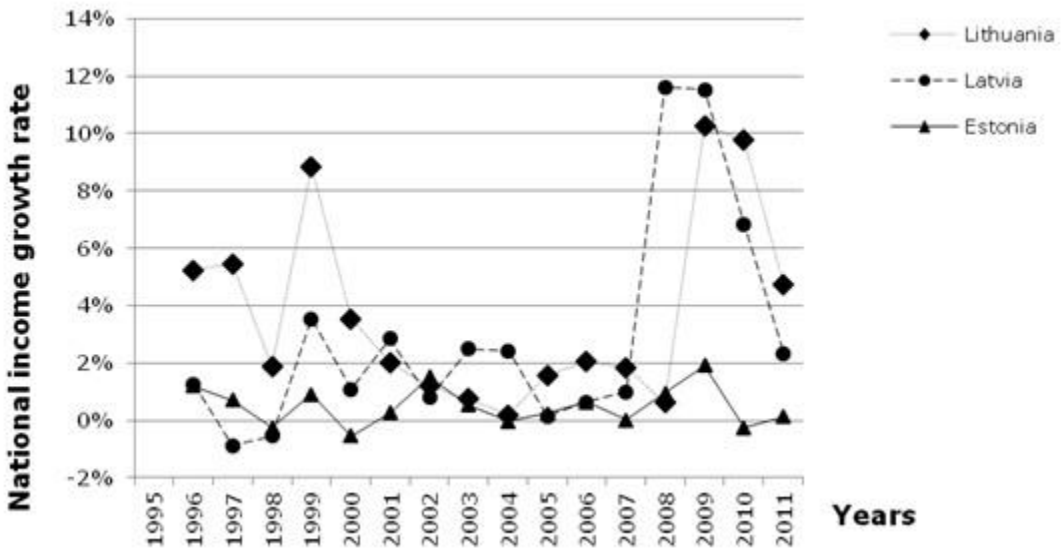


Figure 4. The borrowing ratios in the Baltic States in 1995–2011

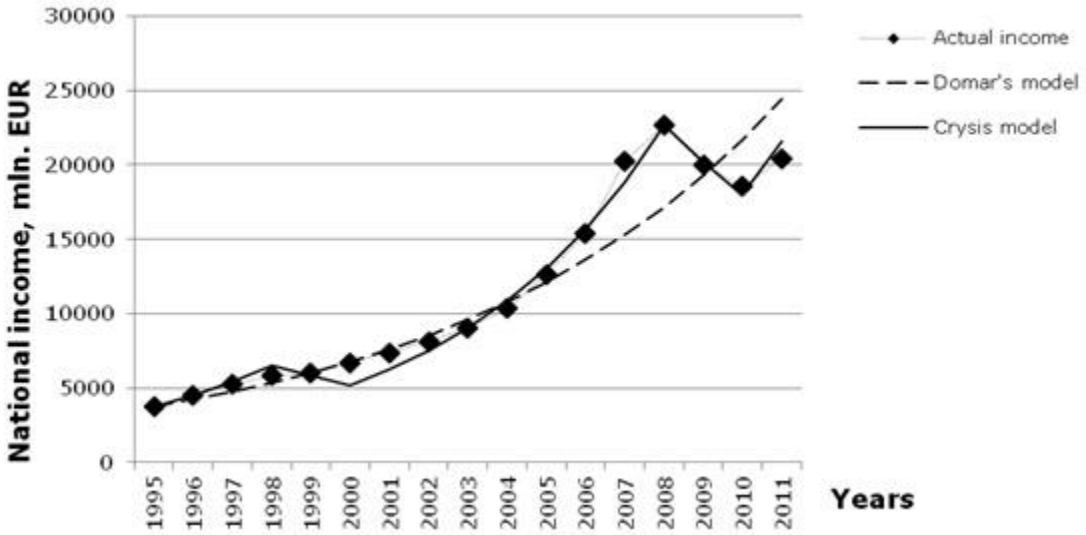


Figure 5. National income growth for Latvia over the period of 1995–2011

For the crisis model, to approximate the national income growth, the period of 10 years was split into 8-year period of growth with positive r_A and 2-year period of recession with negative r_B. Such division takes into account a one-year lag between the beginning of the crisis and the observable decrease of the national income, so the crisis itself begins at the last year of the 8-year growth period. The result of the national income growth approximation for Latvia is demonstrated at the Figure 5. For the classic Domar's model, the rate of national income growth r was equal to 11.7%, but s = 2247 mln EUR (for

the Domar's war model, the national income growth regularity was the same). For the crisis model, at the growth period r_A = 18.5%, for recession r_B = -11.7% and s is only 723 mln EUR. This means that the crisis model is more adequate for the description of the Latvian national income in the considered period. The same is true for other Baltic states: Table 1 demonstrates the crisis model provides a smaller approximation standard deviation for Lithuania and Estonia as well.

Table 1

Standard deviation for the Baltic States national income growth approximation over 1995–2011 (mln. EUR)

	"Classic" Domar's model "War" Domar's model	**Crisis model**
Latvia	2274	723
Lithuania	3554	1393
Estonia	1749	764

To approximate Latvian government debt growth in Domar's war model and crisis model, the 10-years period was split into 7 years of "moderate" borrowing at rate a and 3 years of "extreme" borrowing at rate b. Such approach corresponds to the Latvian government policy to take into account the lag between the beginning of the crisis and the drop in national income, and to start intensive borrowing one year in advance, at the first signs of the crisis. Still, since the Latvian government didn't borrow intensively during the 1998–1999 years crisis, for this period, the borrowing rate was assumed to be the same as in the growth period (i.e. when approximating the government debt growth, the crisis of 1998–1999 was not taken into account). The results of the Latvian government debt growth approximation are demonstrated in Figure 6.

For Lithuania the period of "extreme" borrowing was shortened to 2 years, following data on the Figure 4, thus borrowing policy of Lithuania follows "8+2" pattern that corresponds to one of the national income itself. Moreover, for Lithuania, the borrowing during 1999 crisis have been taken into account, since borrowing rate at that time (9%) was close to one in 2009 (10%). For Estonia, Figure 4 does not demonstrate noticeable difference in borrowing rate during growth period and crisis period, so, for Estonia, the Latvian growth accumulation model was assumed for convenience of calculations. As it was in the case of national income approximation, the crisis model provides the best approximation of the government debt growth for both Latvia and Lithuania (Table 2). For Estonia, classic Domar's model and crisis model performs equally well because of nearly constant borrowing rate over the all considered period.

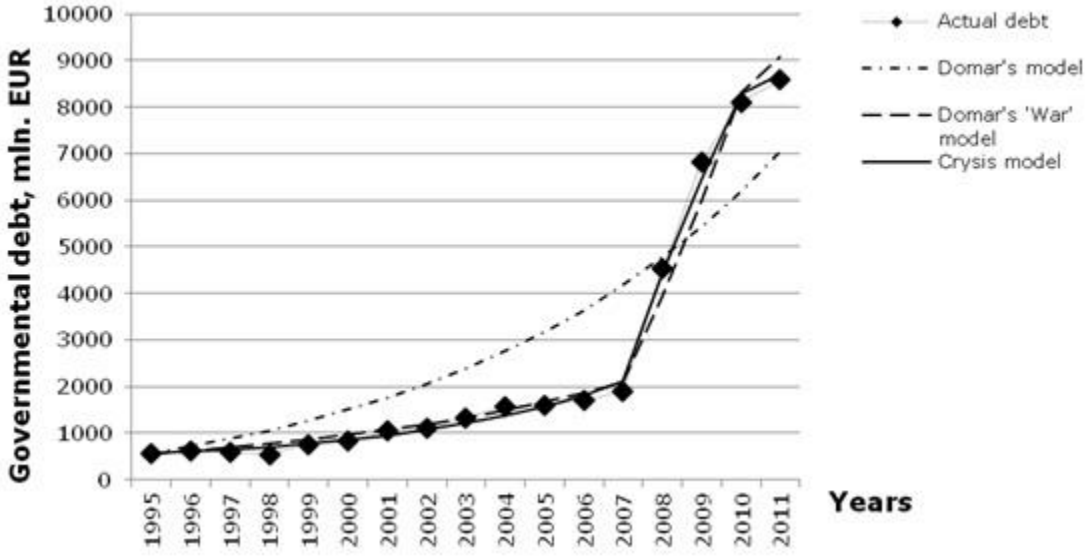


Figure 6. The government debt growth for Latvia over the period of 1995–2011

Thus, one may conclude that the proposed crisis model provides the better approximation of the national income and the government debt growth in the Baltic States over the period from 1995 till 2011, thus only this model will be considered further. Table 3 summarizes parameters of the crisis model for Baltic countries.

Table 2

Standard deviation for the Baltic States government debt growth approximation over 1995–2011 (mln. EUR)

	"Classic" Domar's model	"War" Domar's model	Crisis model
Latvia	1203	310	155
Lithuania	874	347	292
Estonia	53	63	52

One may note from the Table 3, that extremely high growth rate (18.5%) of the Latvian economics is attributed by highest drop in the income growth rate and most noticeable negative growth in recession period (-11.7%). Generally, all Baltic countries demonstrated steady growth at the rate of 10–13 % in 2001–2004. Such a high growth rate indicates that Baltic States still have a developing economy. It is unlikely that such a high rate will persist in the future, so one has to use more realistic data for the prognosis.

Table 3

The parameters of the national income and the government debt growth "crisis" model for Latvian economy in 1995–2011

	Latvia	Lithuania	Crisis model
National income growth rate, %			
"growth" period	18.5	13.8	13.9
"recession" period	-11.7	- 5.9	- 7.2
Borrowing ratio, %			
"growth" period	0.9	1.4	0.3
"recession" period	12.9	9.3	0.8

Table 3 demonstrates the difference in the borrowing policy among Baltic Countries. For instance, Lithuania applies more active borrowing policy during "growth" period. Lithuanian borrowing ratio in this period (1.4%) is about 1.5 times higher then one of Latvia, and 5 times higher then one of Estonia. In contrary, during recession, the borrowing ratio for Lithuania (9.3%) remains nearly 25% less then one of Latvia (12.9%). Estonian borrowing ratio, being different in growth and recession period (0.3% and 0.8), is small.

5. Prognosis of the Governmental Debt in the Baltic States

In this section, the short–term prognosis of the growth of the national income and government debt of the Baltic States is made on the basis of the considered "crisis" model. The prognosis, made up to year 2031, includes two full 10–year Juglar cycles. For the prognosis, the national income growth rate at the growth period was assumed to be equal to 2.5% for all Baltic States. This rate was taken from the prognosis made by the International Monetary Fund for European countries (IMF, 2012). For the crisis period, the national income drops at the rate of –5%. This "crisis" rate was obtained, assuming the drop of *r* from the growth period level to be equal to the one during the "moderate" 1998–1999 crisis (that assumed from Figure 3 to be equal to 7.5% for all Baltic countries). Under such assumptions, the dynamics of the national income growth is shown in Figure 7. Note, that even under the influence of the regular crisis, the national income still increases in general.

The accumulation of the government debt was predicted, using parameters a and b of the government borrowing policy, that was obtained from approximation of 1995–2011 years data and summarized in the Table 3. The predicted values of the government debt are shown at the Figure 8, but the ratio "government debt/ national income" – in Figure 9.

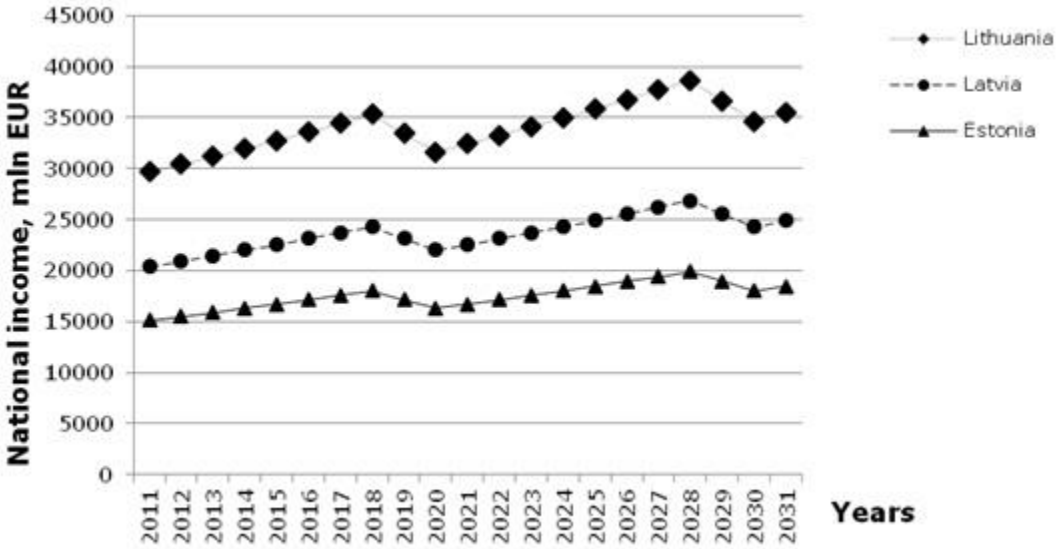


Figure 7. Prognosis of the national income of the Baltic States

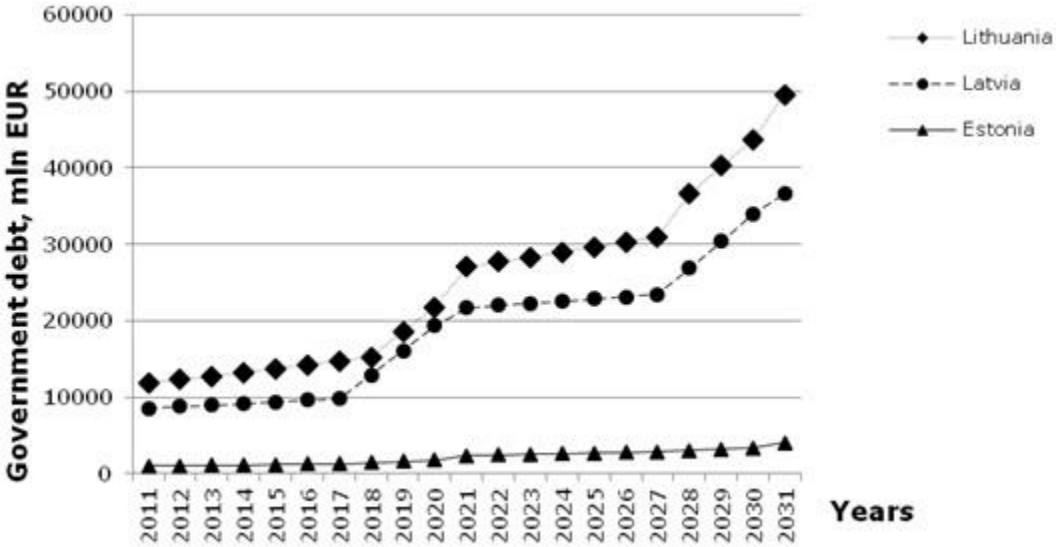


Figure 8. Prognosis of the government debt of the Baltic States

Although in absolute figurers the governmental debt for Lithuania is the highest, the ratio "debt/income" is highest for Latvia. The difference in accumulation of government debt may appear due to different "borrowing pattern": the lag between dept increment in Latvia and Lithuania is due to model assumption that Lithuania starts to borrow at the crisis peak. It worth to note, that the ratio "debt/income" increases over time for Estonia, too, despite of moderate borrowing policy.

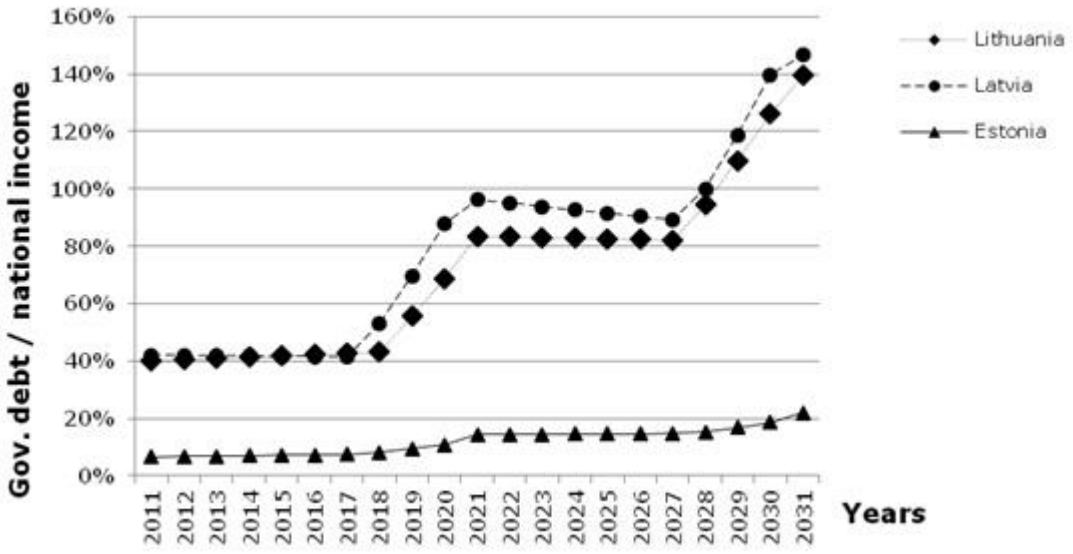


Figure 9. Prognosis of the government debt to national income ratio for the Baltic States

The proposed model does not show any traces of saturation in "debt / income" regularity in a short-term period. This is a difference from the Domar's model: the latter demonstrated that in a long term run "debt / income" ratio tends to some finite value (Domar, 1944).

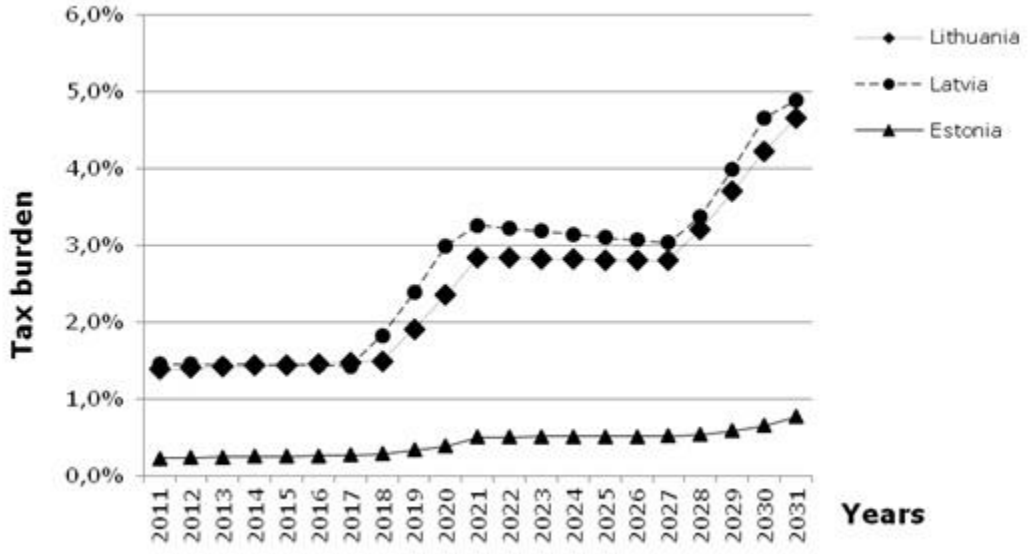


Figure 10. Prognosis of the tax burden to pay off interest on government debt

Figure 10 shows prognosis for the tax burden, required to pay off the interest on the government debt. The tax calculations were made, assuming the public debt interest to be equal to 3.5%, which is the actual interest, paid by Latvian government in 2011. The results show, that given the governments implement the same borrowing policy, as it was done in 2008–2010, the burden of debt will require about 5% of the national income to be paid as an interest in 2030-ies for both Latvia and Lithuania. For Estonia, the tax required to pay off interests on government debt remains within 1% from the national income.

The analysis of the "debt/income" curve and of the tax burden curves (Figure 9, 10) shows, that the fast burden growth takes place at the recession period, when the governments increase borrowing. In the growth periods, the tax burden tends to decrease, even when the interest rate on the debt is higher, then the rate of the national income growth.

Thus, one may conclude, that the government may use intensive borrowing time-to-time at the crisis, to cope with the drop in the national income, besides it should not become a regular practice, since the growth in the tax burden will be intolerable. In order to keep it under 2% within next 30 years, one have to recommend avoiding intensive 2008 – style borrowing during next crisis waves in 2018–2020 and 2028–2030.

Conclusions

1. The proposed crisis model provides an adequate description of the accumulation of the government debt in the Baltic States in 1995–2011, better than the "war" model of Domar.
2. In the short run, the crisis model predicts the tax burden grows up to nearly 5% in 30 years for Lithuania and Latvia, given the state borrowing policy doesn't change in comparison with 2008–2010.
3. To keep the tax burden low, the state has to forecast for the crisis to avoid intensive borrowing at the crisis time.

Bibliography

Arai, R. (2011). Productive Government Expenditure and Fiscal Sustainability. *FinanzArchiv: Public Finance Analysis, Mohr Siebeck, Tübingen*, Volume 67, Issue 4, December, pp. 327–351

Avramovic D (1964). *Economic Growth and External Debt.* Baltimore: The Johns Hopkins Press. xiii.

Central Statistical Bureau of Latvia (2012). Retrieved: http://www.csb.gov.lv/en/dati/key-indicators-30780.html. [Accessed: 05.11.2012.]

Domar, E. (1944). The "Burden of the Debt" and the National Income. *The American Economic Review*, Volume 34, Issue 4, pp. 798–827

Eurostat database (2013), Retrieved: http://epp.eurostat.ec.europa.eu. [Accessed: 05.02.2013.]

International Monetary Fund (2012). The World Economic Outlook, April 2012, Retrieved http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01/, [Accessed: 09.11.2012.]

Keunsuk, C.A., Stephen, J.T. (2010). Foreign Debt Supply in an Imperfect International Capital Market: Theory and Evidence. *Journal of International Money and Finance*, Elsevier, Volume 29, Issue 2, pp. 201–223

Lee, M.W. (1955). *Economic Fluctuations*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.

Sardoni, C. (2008). The sustainability of fiscal policy: an old answer to an old question? *Proc. of the conference "Macroeconomic Policies on Shaky Foundations – Whither Mainstream Economics?", 31 October – 1 November 2008*, Berlin, Retrieved: http://www.boeckler.de/pdf/v_2008_10_31_sardoni.pdf. [Accessed: 19.10.2012.]

BLENDED MEDIA: A CASE STUDY OF A MEDICAL DEVICE CONSUMER CAMPAIGN

Dennis Jarvis, Ph.D.
La Jolla, Calif., U.S.A.

Ardyth B. Sohn, Ph.D.
Henderson, Nev., U.S.A.

The authors explore how a product in the health communications field is recast into a vibrant cross-cultural brand that is launched through a combination of digital and traditional media. Theoretical, as well as professional implications for the future of branding are explored via this research question: What is the effectiveness of breakthrough advertising when it is introduced in a campaign that utilizes multiple media platforms? The analysis indicates how both market data and creative decision making affect and drive media planning. The authors utilize a real life case study of how a medical device manufacturer systematically deployed a Direct-To-Consumer strategy with a blend of traditional, digital and social media along the following path: (1) global positioning testing of key messages and audience appeal; (2) creative strategy designed to "break the mold" and appeal to a new audience of consumers; (3) media plan, utilizing consumer demographics and psychographics to maximize reach and frequency with prime audiences; (4) Simulated Test Marketing to derive volume potential and marketing plan optimization; (5) validation (live) test markets, with media monitoring metrics and consumer awareness tracking. The paper illustrates how well crafted advertising messaging that captures emotional and functional elements, and deploys an integrated media plan targeted to key audiences can be effective in building awareness and demand in categories that heretofore had been off limits for consumer pull strategies.

***Keywords**: media, media campaigns, blended media, advertising.*

Introduction

This case study focuses on the launching of an innovative product by a company that seamlessly integrates digital and traditional media for a successful communications campaign. The research drills into the details that drive decisions concerning building a brand and finding and motivating a market in a specialized prescription medical device sector. While the case study approach does not allow generalizations, it does provide useful in-depth analysis of realistic challenges and opportunities facing current marketing professionals and suggests theoretical directions for future research. The research references both qualitative and quantitative data, which were collected and utilized for the company's global marketing plan.

Advertising and marketing have always involved targeted media campaigns, but in the last decade technological innovations have opened the field to more digital options. Although 85 percent of advertising (Young 2010) is still invested in traditional media, successful campaigns today must engage audiences via a *blended* approach that strategically weds traditional media with newly emerging media. While traditional media can "push" campaigns to valued known consumers, new technologies allow consumers to search and select content from the environment. Open-system theory (Katz and Kahn,

1978) provides context for consideration of multiple communication vehicles for new products like the one discussed in this case study. Differentiating the product not only from competitors but also for current or potential customers requires: 1) strategic consideration of all available media options for branding the product appropriately; and 2) opening environmental opportunities to discover and grow consumers (Sylvie et al. 2008). The theory suggests that consumers can be both passive and active, but when they actively survey the media environment they are most often seeking decisions related to entertainment, social needs or ways to better understand themselves (Lacy and Simon 1993).

The importance of accurately assessing the readiness of consumers for education, details or additional information is critical because consumers can be very selective about their interactions with advertising content. Sweden's Research International reports that 22 percent of consumers actively avoid advertising in all media while a global media survey by Synovate found that 67 percent of respondents think TV has too many ads and some 40 percent think the Internet has too many ads. This same study also showed 80 percent of Internet users in Australia, Canada, Spain and the U.S. avoid websites with "intrusive" advertising (Young, 2010, p. 12). Responses from the industry have reflected these findings with nimble companies using the innovations in digital media to adjust marketing campaigns to real time.

Branding can be traced back to an 1875 Bass Ale trademarked brand in England (Moffitt and Dover, 2011) and it remains core to marketing in the digital age, perhaps even more so than 138 years ago. The proliferation of branded messages has mushroomed geometrically as we moved into the digital age. According to Jay Walker–Smith of the Yankelovich Marketing firm in an interview with CBS News, the average number of advertising messages a consumer is exposed to daily has increased from an estimated 500 in the 1970's to 5,000 today (Johnson, 2009). While this estimate may be debatable, there is no denying that the explosion in commercial messages an average consumer may come across each day is significant. With this level of clutter, it is more important than ever for marketers to develop and nurture their brands, so that they are readily accessible, viscerally as well as consciously, by their target audiences. The rules have changed, as the Internet has turned upside-down how consumers interface with their brands. Today, consumers systematically use digital media to process brands and will engage in social media forums about their brand experiences even after purchase. Sound marketing strategies need to incorporate this very active consumer dynamic to decision making (Edelman, 2010). As a result, consumer brand marketers build digital and social media into their communication plans. The importance of including digital media in an overall ad campaign for medical devices is further underscored by the report that in 2008 over 145 million U.S. consumers used online sources for general health and medical information (FDA, 2012). With the continuing growth of mobile devices and the proliferation of specific apps for all lifestyles we can only expect this dynamic to become stronger.

Campaigns typically include targeting niche groups with specific messages via preferred traditional and digital media. One approach to discussing branding strategies is to determine if a message is designed to "push or pull" the consumer to the product. The push promotion is designed to build and ensure awareness of the brand and takes the product to the customer. The pull strategy is aimed at motivating the customer to actively seek out the brand and create a demand for it (Push, 2012). In building both push and pull campaigns, marketing is aimed at increasing emotional appeal and eventually behavioral action. However, the transition from awareness to action is not easily accomplished through traditional media alone and reinforcement with digital media can be effective. The aim today is to integrate media

components to build evolving relationships that connect consumers to brands in a way that fosters and encourages multi-level communication.

While research and data help to define relevant consumers for a brand, an average consumer or even an average American does not exist. Simplistic groupings based on broad demographics have been replaced by micro trends that represent groupings of consumers likely to initiate behavioral action (to accept or purchase a brand) based on appropriate contexts, media experiences, marketing efforts, cultural factors or insights they share (Young, 2010). Some of these factors can be revealed in consumer surveys or audits but many times experts or suppliers of the brand working with the consumers can as accurately predict behavior. They listen to consumers and observe factors that influence consumer decision-making. Analysis of conversations on social media sites also can predict consumer intentions to take action related to a brand.

Methodology

The following case study is based on a real world example to provide context and illustrate the strategic process one specialized medical device company undertook to deploy a unique communications campaign through an integrated blend of new and traditional media with the objectives of building consumer brand awareness and interest and driving trial. The "Company," its product, trademarks, agencies, data and the specific medical field in which it competes are masked to protect confidentiality and all things proprietary.

The Situation

The Company holds exclusive patents on a medical device technology in its respective sector. Highly acclaimed physicians and scientists developed the non-invasive technology at an internationally renowned university medical center. The product's introduction to the medical profession was based on a carefully crafted global distribution plan, focusing on physicians who were key opinion leaders in the field, as well as those identified as exceptional practitioners who would quickly seize on the opportunity to incorporate the new technology into their clinics. As with other manufacturers in this medical space, the Company generally relied on a push strategy to reach consumers – i.e., prescribing physicians would present the new treatment to their existing patient base. Because of the innovativeness of the technology, the Company benefited from frequent press coverage and features on popular television programs, in major magazines and newspapers, as well as online. Additionally, the topical nature of the technology and the benefits it provided represented a leverage point to build social engagement and led to a sizable following through a combination of organic as well as paid efforts in social media. The Company leadership recognized that there remained a significant opportunity to build a major global brand footprint and implemented a pull strategy to aggressively drive demand with a Direct-To-Consumer (DTC) approach similar to what many pharmaceutical manufacturers employ (In 1997, the U.S. Food & Drug Administration issued guidelines that allowed manufacturers to use television advertising for the education and promotion of prescription drug brands. Direct-To-Consumer advertising by the pharmaceutical industry has increased by 330 percent since the guidelines were issued [Donohue et. al. 2007], and it now spends over $5 billion annually in the U.S. on DTC. All medical device manufacturers combined – ophthalmic, orthopedic, cardiology and cosmetic surgery, as examples –spend less than 4 percent of that amount, even with regulatory allowance.).

Positioning Development

Based on industry statistics, only about five percent of the population in developed countries has undergone some type of physician directed treatment with a related medical device or service to that of the Company – a segment referred to as "experienced." In qualitative focus groups conducted prior to finalizing the positioning for the new product, the Company learned that consumers who had never tried a related product or service held reservations centered around concern for invasive (or surgical) techniques, lack of convenience – i.e., time in the practitioner's office – and downtime affecting life's normal activities following the procedure. In order for these "non-experienced" consumers to consider the product, or procedure, proof would be required that these concerns could be assuaged. Additionally, this very large consumer segment required the following reassurances: veracity of the science at the foundation of the device; evidence of efficacy relevant to their individual needs; safety by way of verifiable clinical results; and clear communication of country specific regulatory clearance, such as from the U.S. Food & Drug Administration (FDA). The Company's medical device met each of the requirements of the non-experienced segment. Accordingly, the Company tested a preliminary positioning concept with messaging that addressed its clinically proven efficacy for a wide range of patient physiological types, device safety, its being non-surgical (Non-surgical was selected as the preferred label over non-invasive as it was more easily understood by non-experienced consumers.), with no lost time from daily work or lifestyle activities and regulatory clearance.

Quantitative concept tests were conducted in the U.S., Asia and Europe. The results discussed here focus on key insights from the U.S. portion of the research, which was conducted among a representative sample of 1,000 consumers. The Company learned that its positioning concept would appeal to over 40 percent of the population, which is substantial in light of the fact that only five percent of the population had ever tried a similar medical device. A CHAID (Chi-Square Automatic Detector) analysis was then applied to the group for whom the concept was appealing, to identify underlying demographic and behavioral patterns that could assist with subsequent audience targeting. Key patterns were determined around gender, physiological characteristics and their interaction. Because emotional appeal plays such an essential role in effective brand positioning, the Company used Factor Analysis to analyze a battery of lifestyle statements followed by Multiple Regression to first simplify the lifestyle range, and second to determine which factors were most predictive of concept appeal. Two emotionally laden factors were significant in predicting appeal, accounting for more than half of the variance. The first was the positive feeling about oneself with the procedure, and conversely, the second was the sense of inferiority without the benefits from the procedure. This preliminary positioning concept development and its testing were key in the preparation of the creative brief and strategy that would be used to drive advertising development.

Strategic Roadmap to Global Rollout

The innovativeness of the Company's intended approach to attract both experienced and non-experienced consumers carried a level of uncertainty on how to optimize the strategic approach and led to a staging path (Figure 1) to ensure both an effective and an efficient expenditure in the marketplace. The Company focused on major global markets where there was regulatory clearance for Direct-to-Consumer advertising.

Figure 1. Stages of Ad Campaign Testing and Roll Out

The case study now turns to the preparation leading to the campaign and the first two stages in the U.S. The second stage, Validation Test Markets U.S., was partially completed at the time of this writing.

Ad Agency Selection

The competitive landscape in which the Company's medical device participates is cluttered with sameness relative to promotional messaging, with the experienced consumer segment targeted almost exclusively. Competitive promotional messages rely on functional before and after treatment images that do little to incorporate lifestyle and emotional appeal. The Company held to a self-imposed mandate that its campaign must be different. It sought an advertising shop that was cutting edge, with nothing clearly in common with other agencies assigned to competitive products in the respective device sector. In fact, the Company firmly believed it needed an agency with no pre-conceived dispositions whatsoever about the category. After an agency review, the Company selected a creative boutique based on the West Coast of the U.S. The executive creative director and principal of the selected Ad Agency held a worldwide reputation for delivering breakthrough consumer campaigns, often in low interest and commodity categories, which are deemed challenging due to the paucity of product differentiation, and with demonstrable results. As the Company CEO noted, "We must break the rules if we hope to attract this new audience of non-experienced consumers. Our Ad Agency selection moves us in that direction."

Advertising Development

Advertising creative, media (traditional, digital and social) and public relations strategies were developed in parallel and in a collaborative fashion, owing to the importance of their integration. The creative brief was developed by the Ad Agency and the Company's marketing organization. The target audiences outlined in the brief leveraged the learning from the positioning testing, which identified a gender balance with a slight weighting of the casting towards females, and an age profile of 30 to 54. The creative brief set in motion a campaign that worked hard to distance the brand from all others in the given medical device sector in which it competed. The Ad Agency and Client agreed that the campaign needed to embrace an attitude – aligned with the earlier learning of lifestyle predictors for

consumer impact – that communicated extreme confidence, "mojo," and a swagger enabled from the results of the Company's brand. Furthermore, the Ad Agency strongly encouraged an irreverent tone in the creative that would provide an increased likelihood of the campaign breaking out of the pack; the Company enthusiastically endorsed this approach.

The creative brief also emphasized that, in addition to building brand awareness, there was a level of complexity in the full product story that could not be succinctly communicated in a single ad, but was essential for consumer education and subsequent trial. This would require the work of multiple media formats, operating with a gestalt like affect. The ad campaign would build awareness and the desire to learn more; the provocative call to action pointed the consumer to the Company's website for a comprehensive presentation of the science behind the treatment, its functional and emotional benefits, and information for locating a practitioner who used the device in their clinic. Accordingly, the creative brief outlined the approach for developing a full range of ad campaign assets that would complement one another as they were deployed in various media – TV, print, out-of-home (static, mobile and electronic billboards and public transit venues), digital, and social media assets – to reach the target audiences. Last, but not least, the Company's website would be refreshed to incorporate the campaign's look and feel. Still, the question remained: "How well will the advertising communicate the message, and will the media and PR plans with it produce the desired results?"

Media Plan

The initial step in the media process was the selection of a planning and buying agency. It was essential that the Media Agency have global capabilities. The Company teamed with its Ad Agency (i.e., the Agency charged with delivering the creative) and decided to partner with one of the leading independent media agencies in the US, which was also part of a larger international network and could prepare media strategies in all developed countries.

Table 1

Non-Experienced Segment	Experienced Segment
• Women and Men • 30–54 years of age • $ 95,000 median HHI • "Medium" degree brand loyalists • Shopping behavior: look for bargains, care about in-store experience • Personality: benevolent, intelligent, organized, efficient, trustworthy • Politics: middle of the road • Key insight: looks are not everything but are interested in reducing weight and feel attractive and sexy	• Women • 30–54 years of age • $ 120,000 median HHI • "High" brand loyalists • Shopping behavior: frequent shoppers and comfortable spending at a premium to pamper herself • Personality: sociable, wants others approval, sophisticated, well informed • Politics: liberal and green • Key insight: regularly tries physical enhancements and wants the latest products

The first charge given to the Media Agency was the development of an overall media strategy and plan that could be translated for use in the Simulated Test Marketing (STM) noted in Figure 1, and with the subsequent insights from the STM iterate into plans for the Validation Test Markets. The approach for the STM was based on simple reach and three-plus (3+) frequency thresholds among the target audiences for the three month campaign launch and sustainment thereafter (The three-plus frequency guideline is commonly used by media planners and is based on the principle that an advertising message needs to be seen or heard a minimum of three times to have impact.). In addition to the target audience implications derived from the preliminary concept testing, the Agency also employed the Simmons and A.C. Nielsen media databases to further pinpoint the most opportunistic segments and their media consumption patterns – digital, social and traditional – using a combination of demographic and psychographic statistics. Noted below is a breakdown of the profile characteristics of the two primary target audiences developed by the Media Agency.

Based on the ad campaign creative, the target audience profiles, reach and frequency goals, and planned spending levels the Media agency developed a blended new and traditional strategy (Figure 2) designed to have synergistic impact.

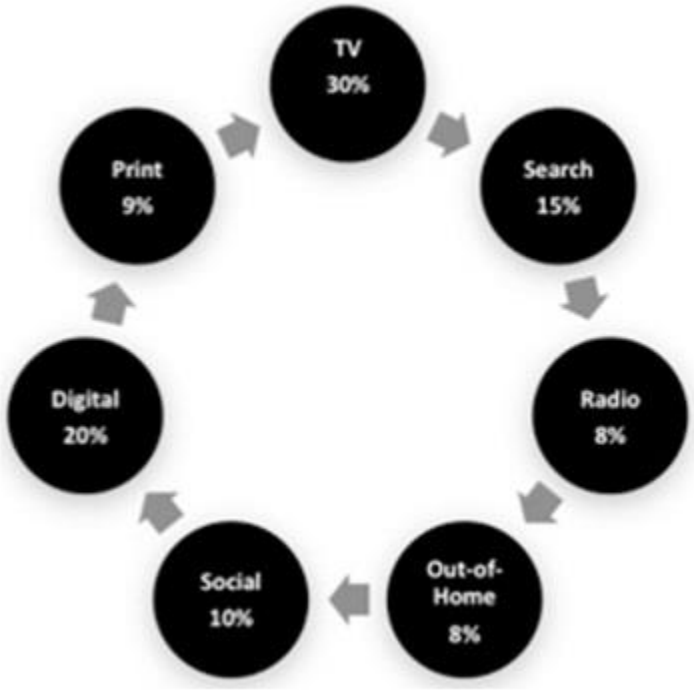


Figure 2. Media Mix and Weighting*
*Weights shown are approximate and reflected as percentage of total media expenditure

The digital and traditional media mix elements were selected with a specific purpose for each that complemented the others, and as specified in the creative brief, directed the consumer to the Company website where they would experience a comprehensive explanation of the technology and its benefits.

- TV afforded itself to high impact placements, including major events such as the Academy Awards, which were ideal for driving quick brand awareness and interest, essential for the introductory stage of a full media campaign.
- Online search and digital ads would capture responses across channels and drive acquisition.
- Print was selected for its protracted life so it could be re-visited, and it also held a pass along effect.
- Radio would generate frequency and be utilized to personalize the message with disc jockey endorsements.
- Out-of-home included static and mobile billboards, transit ads and electronic projections on building exteriors. Out-of-home placements would be in high traffic locations for the target audience and provided daily touch points.
- Social media was designed to drive target audience engagement in venues that matched their lifestyles, including key bloggers with critical mass followings – e.g., those who target new moms or health and fitness – and popular social gaming networks, as well as the major social media forums such as Facebook, YouTube and Twitter.

Public Relations Strategy

A strong public relations strategy plays a key role in most marketing plans. Marketers generally believe that well placed media from PR can be as much, if not more powerful than an ad in generating interest. With regard to the current situation, the Company believed it had what amounted to a perfect storm: a highly topical medical device plus a unique and provocative ad campaign. This combination represented significant strength to capitalize on the inherent publicity opportunities that would emerge and put the cap on an integrated communications tapestry of digital, social, traditional and PR media. The Company enlisted its PR Agency to develop a full-scale strategy that would embrace not only standard fare, but also grass roots and guerrilla marketing tactics that would be prime for the consumer target audiences and lead to pick-up by local media outlets. Additionally, the PR Agency was charged with development of strategic outreach for the medical professional. The PR plan also had to be scalable from live (Validation stage) test marketing to the future rollout.

Simulated Test Marketing

Simulated Test Marketing, or pre-test marketing, first appeared in the industry in 1968, with the Laboratory Test Market introduced by Yankelovich, Skelly and White (Clancy and Shulman 1991) in response to marketing organizations' needs to reduce the risk with new product or campaign introductions. The Simulated Test Market (STM) provides manufacturers a mechanism to affordably evaluate the potential of a new product idea or campaign to achieve business objectives prior to launching in a live market. Given the preponderance of product and campaign failures – an estimated 80% to 90% of products fail or underachieve within three years following introduction (Copernicus Marketing Consulting and Research 2010) – companies seek as much early intelligence as possible to better position themselves for success. An STM incorporates survey research input on consumer preferences, behaviors and attitudes, as well as market conditions, and specific marketing and

communications plans. These inputs are then subjected to a series of proprietary algorithms and econometric modeling to derive a forecast – annual and month-to-month – and sensitivities with respect to which variables most impact the forecast. These sensitivities may isolate target audience definitions, media weight and mix, pricing, availability (distribution), etc. that can be then used to modify the plans prior to live market implementation. A general overview of STM inputs and outputs is summarized in Figure 3.

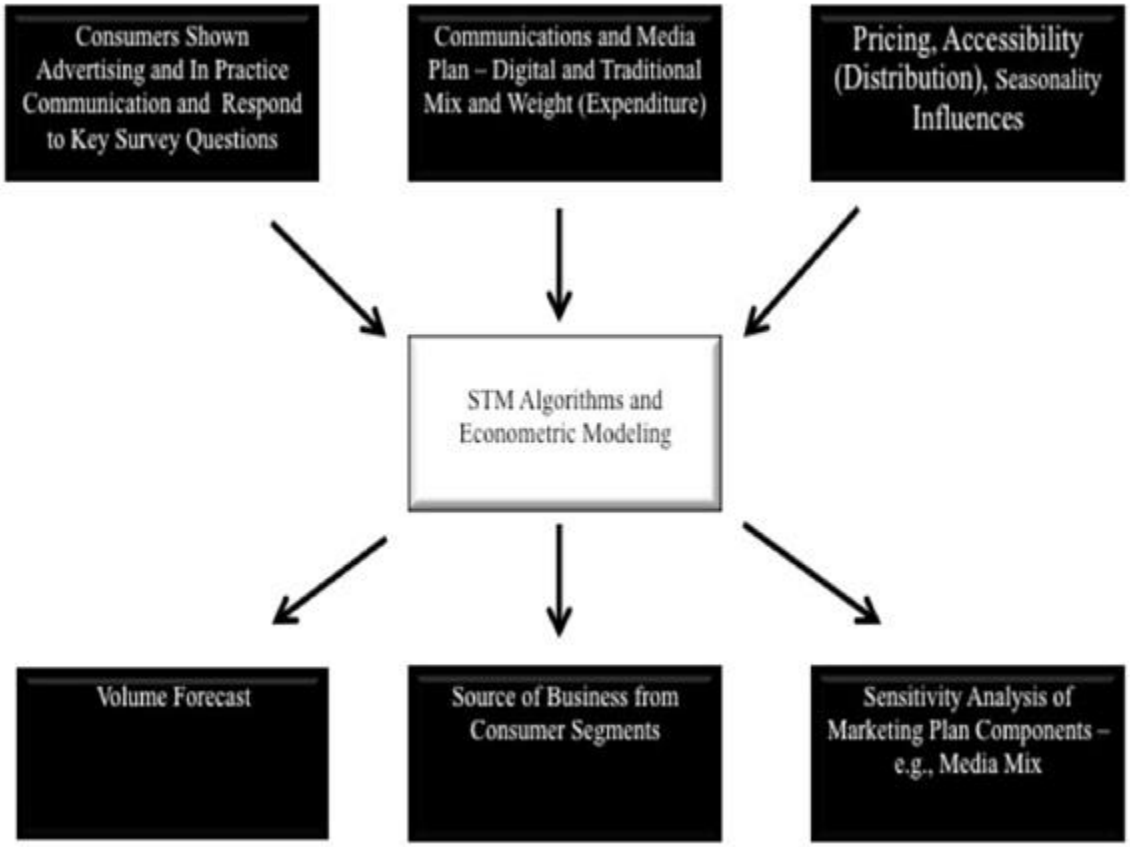


Figure 3. Overview of Simulated Test Market Inputs and Outputs

STM methodologies have much evolved since the first model and now include MARC's Assessor (Originated at the Massachusetts Institute of Technology), Copernicus' Discovery, A.C. Nielsen's BASES (with the largest STM market share), IPSOS' Vantis, and TNS FYI, among others. At first, STMs were most applicable to consumer packaged goods but are now also readily used in service, technology, durable goods, pharmaceutical, medical device and health care industries, and implemented in most developed countries. STMs have proven very robust in addressing any and all elements of the marketing mix, including new media and new distribution channels. An STM can be completed in less than ten weeks, at an expense of about €74,750 ($100,000), with full secrecy, which is a major consideration in highly competitive sectors. A live market test will typically run a minimum

of 12 months and at a cost of multiple millions with no real secrecy. Given these factors, as well as the general accuracy of STMs, +/- 10% at 90% confidence, it is little wonder that companies are utilizing STMs with such frequency as early warning and optimization methodologies. Upon completion of an STM, manufacturers will pursue any of several possible options: (1) immediate full-scale launch in the market, perhaps with marketing plan refinement based on the STM sensitivity analyses; (2) validate the STM in a live market test; (3) revise the market positioning and plan and run another STM; (4) change the product design; (5) go with some hybrid of the preceding alternatives; or (6) retreat altogether.

The Company submitted a request for proposal to three STM providers. Following careful evaluation of the proposals, the Company elected to utilize the system that provided additional diagnostics with regard to the STM provider's media database and technique for evaluating the advertising campaign, along with its global capabilities.

The STM was run on a U.S. national plan, as well as individually for each of the specific Validation Test Markets noted in the second stage of the ad campaign roadmap illustrated in Figure 1. The online STM survey was conducted among a sample of 1,800 consumers. Each sample respondent was exposed to an ad campaign proxy, followed by the information they would see on the Company website (the call to action when seeing the ad), and a representation of the interaction with the medical practitioner and their staff regarding the treatment. Following these exposures, respondents were queried regarding their interest in seeking more information on the medical device treatment, their likelihood of actually purchasing the treatment (a significant volume driver), its uniqueness (key in determining differentiation in the marketplace), believability, relevance, price-value, desired versus actual accessibility of practice locations (i.e., travel distance and required travel time), rating of the ad prototype via the STM provider's proprietary ad processing method and other diagnostic measures. Data were collected individually from statistically representative samples in each of the Validation Test Markets, as well as for the total U.S. (for the future rollout), and included volumetric (unit and revenue) forecasts at low, base and high media spending levels individually for each geography.

As illustrated in Figure 4, data from the primary consumer measures incorporated in the econometric modeling, produced both good news for the Company's campaign, as well as news on areas that could be strengthened prior to launch in live Validation Test Markets. Buying intention and uniqueness were both in the top tier of the STM provider's normative database (Normative levels were derived from the provider's database that includes STMs on over 1,000 premium priced products in health care, pharmaceuticals and medical devices). These two measures are core volume forecast drivers, and the strong rating on uniqueness for the Company's brand – i.e., perceived as definitively different from other products – suggested the potential for marketplace "buzz," including an advantage in social media engagement. Price-value was rated as just about average on the normative scale, with believability and relevance in the lower tier (Relevance was affected by one-third of the sample thinking the physician would rule them as not eligible for the treatment.). The insight from the ratings of the latter two measures, in conjunction with the ad evaluation (noted below), proved especially useful to the Company and the Ad Agency in the final crafting of the ad campaign before production (Of note, it is not unusual for marketing researchers to observe an inverse relationship between the uniqueness assessment and the believability rating for a concept or ad – i.e., very unique ideas may be seen as more difficult to believe).

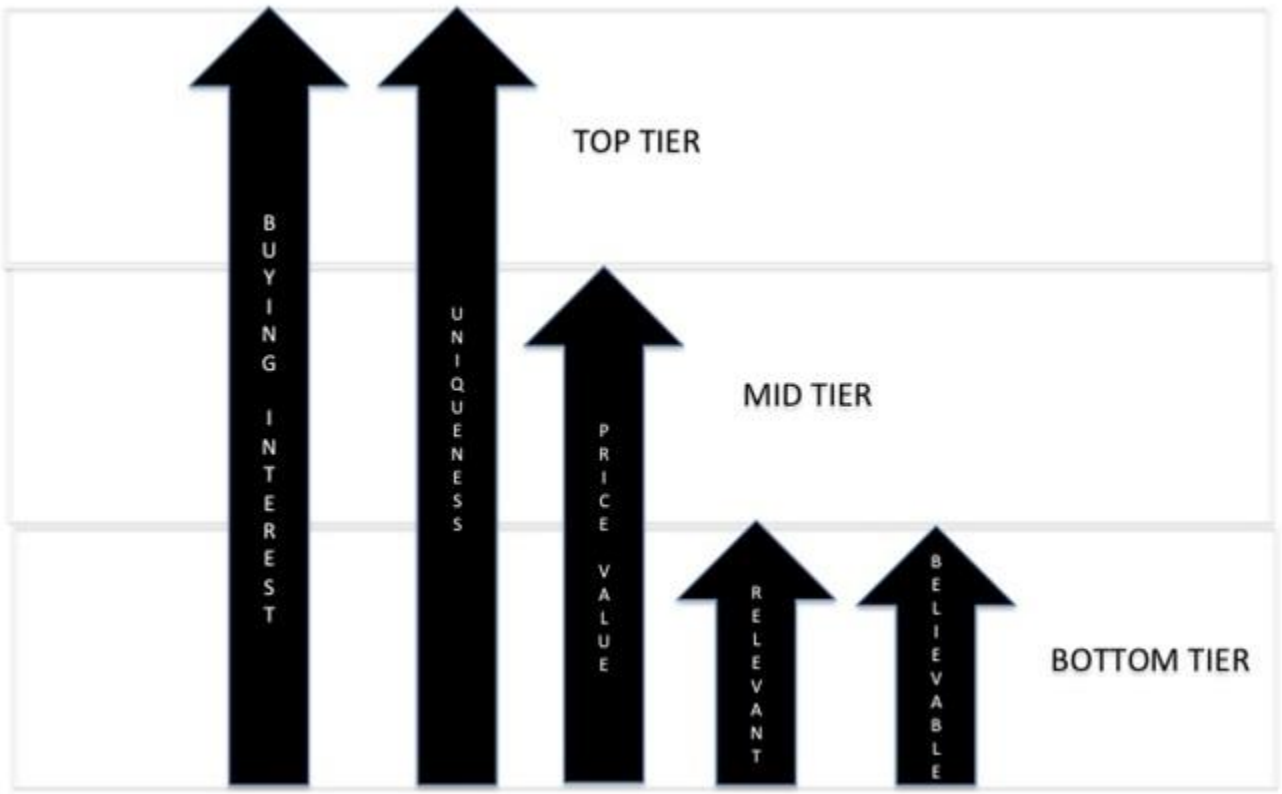


Figure 4. Primary Measures for Company's Brand Compared to Normative Tiers of STM Provider

The proprietary ad assessment methodology of the STM provider was applied to the Company's ad campaign prototype. With an impact score just under 60 percent, the campaign was deemed by the STM provider to be a clutter buster, and possessing strong potential to build awareness. The ad assessment technique suggested that the campaign could be strengthened by inclusion of clearer messaging regarding the non-surgical aspects of the treatment, along with its safety, and regulatory clearance. Additionally, the data suggested an upside to modifying the selection of the female and male models in the campaign so that the target audiences would more easily relate to them. Insights from these findings, along with what was observed with respect to the primary measures of believability and relevance, were applied to the ad.

The next step was the revenue forecast produced by the quantitative modeling. The modeling utilized algorithms from the STM provider's database of simulations in related categories, which have been calibrated to actual in-market experiences. The primary measures from the consumer survey, the media plan, social media, public relations, pricing, practitioner accessibility, market conditions, seasonality influences, Census data, and other secondary inputs were assessed. Multiple model scenarios were run based on different media spending levels. The mix by media type was proportioned based on the structure shown in Figure 2. Two spending level forecast scenarios are noted here. The base media spend plan forecast indicated that the campaign would produce a revenue increase over 60 percent

versus business as usual, and as much as over 200 percent with higher spending. Additionally, the sensitivity analysis provided by the STM illustrated that volume could be increased up to 30 percent by improving relevance and believability as noted above. Further increases were also indicated by the sensitivity analysis with modifications in other non-campaign areas – e.g., proximity of treatment locations. In sum, the STM highlighted the potential for a very favorable ROI (Return on Investment) from the campaign. Following the completion of the STM in the U.S., the Company readied implementation in its global markets –i.e., those markets where regulatory agencies permit Direct-To-Consumer advertising – the first being in Europe.

Validation Test Markets (U.S.)

The objective of the second stage to the campaign rollout was to validate the STM in a live market setting in the U.S. Three representative cities were selected, one each in the Eastern, Central and Western U.S. The final advertising production drew from the results of the STM and affected all media assets – TV, out-of-home, digital, social, print, radio and search. The media spending in these markets was scaled based on the national level. The media plan employed a "flighting" schedule, with television and out-of-home front loaded to accelerate the awareness build in the first weeks of the launch, as well as social to capitalize on the topicality of the campaign and the engagement benefits of this medium. Radio and print were placed immediately following the first flight of television to personalize (radio with disc jockey endorsements) and sustain the message. Digital and search media were run continuously on a 24/7 schedule. As with the advertising creative, the media plan was modified based on the learning from the STM. The PR Agency identified major local market events – music, art and food festivals, as examples – that afforded ideal sponsorships and enabled the Company to implement such activities as flash mobs to draw attention to the ad campaign and brand. The Company monitored campaign performance on a regular basis across multiple metrics including: brand awareness through consumer survey tracking, web traffic, digital media performance, media mix efficiencies, social monitoring, physician feedback and unit growth. The complete Validation Test Market stage was designed to run for 12 months, with the first four months completed at the time of this writing.

The launch produced significant growth in campaign awareness (over 90 percent rate of increase versus the pre-campaign tracking, or "ghost awareness" measurement), yielding an approximate 25 percent increase in specific brand registration. Digital ad performance was especially noteworthy, with the overall the Click-Through-Rate (CTR) four times greater than the industry norm, and was particularly strong on health sites, Twitter and social gaming networks. Consistent with emerging overall patterns in the digital industry, CTRs were highest for mobile devices (phones and tablets). As discussed earlier, the campaign's call to action pointed the consumer to the Company website for more information and education about the product, and where they would find a medical practice locator for the treatment. Google Analytics reported the average weekly visits up over forty-five times compared to pre-campaign levels, and the use of the site's medical practice locator up thirty times. Follow-up surveys with physicians indicated a significant increase in prospective patient inquiries for the product and the scheduling of appointments for treatment consultation at the practice. The average unit and revenue growth across the three test cities for the first four months of the campaign significantly outperformed the demographically matched control cities established for the test. At the end of the four-month period, the campaign was on track to deliver the ROI level identified in the STM.

Conclusions

Today's consumer is more active than ever, using social media after their purchase as well as during the decision making process (Edelman 2010). This dynamic requires marketers to incorporate these ever evolving formats in their business strategies. Accordingly, the case presented demonstrates how blending of traditional with new media enables campaigns to add multiple levels of effective interaction with consumers and further ensure delivery of the promised brand experience, which is very much related to the engagement opportunities provided.

The importance of digital media in an overall communication plan for health and medical product marketers is underscored by the strong inclination of consumers to use digital media to answer their health care and medical information questions – 145 million information seekers in the U.S. in 2008. Medical and health care marketers, all marketers for that matter, will also need to continue to capitalize on the marketplace explosion of mobile devices (smart phones, tablets and the next innovations) and lifestyle apps for these devices. As reported by Pelletier (2012) for the Association of American Medical Colleges (AAMC), there are about 40,000 health-related mobile apps now available. Pelletier also cites data from Juniper Research of Great Britain, which estimated there were 44 million health-related apps downloaded in 2012 and projects it to reach 142 million annual downloads in 2016. The case study presented by the authors illustrates the strength of the mobile segment of digital media, with the highest CTRs observed for phones and tablets. The recent announcement of the Facebook Phone presents yet another evolutionary step in the blending of digital technology. Additionally, the case study demonstrates that, as with any marketing element, digital media sites (programs, bloggers, for example) can and should be targeted to the demographics and lifestyles of prime target audiences to be most effective.

The case also demonstrates how Simulated Test Marketing methodologies have become increasingly important to campaign assessment because they allow analysis of a mix of marketing options and are robust to the inclusion of digital and social media, which are evolving on a rapid-fire basis. STMs enable marketers to optimize all elements of the media plan for maximum effectiveness and efficiency prior to actually going live, which is significant given the very high cost of consumer advertising in general.

As suggested by Open-System theory, the case demonstrates how media environments can respond to the concerns and needs of consumers.

Bibliography

Clancy, K. J. and Shulman R. (1991). *The Marketing Revolution.* New York: Harper Collins Publishers, Inc.

Copernicus Marketing Consulting and Research (2010). Top 10 Reasons For New Product Failure. *AMA Green Book Online*.

Donohue, J.M., Cevasco, M. and Rosenthal, M.B. (2007). A Decade of Direct-to-Consumer Advertising of Prescription Drugs. *New England Journal of Medicine*, 357 (7), 673–681, as referenced on en.wikipedia.org.

Edelman, D.C. (2010). Branding in the Digital Age. You're Spending Your Money in All the Wrong Places. Spotlight on Social Media and the New Rules of Branding. *Harvard Business Review*. Harvard School of Business.

FDA (2012). Advertising Guidances. Retrieved from en.wikipedia.org and www.fda.gov/drugs/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/guidances/ucm064956.htm.

Johnson, C.A. (2009). Cutting Through Advertising Clutter. Retrieved from www.CBSnews.com.

Katz, D. and Kahn R. L. (1978). *The Social Psychology of Organizations*. New York: Wiley.

Lacy, S. and Simon, T. (1993). *The Economics and Regulation of United States Newspapers*. Norwood, NJ: Ablex.

Moffitt, S. and Dover, D. (2011). *Wikibrands: Reinventing Your Company in a Customer-Driven Marketplace*. New York, NY: McGraw Hill.

Pelletier, Stephen G. (2012). Explosive Growth in Health Care Apps Raises Oversight Question. AAMC Reporter. Retrieved from Association of American Medical Colleges, www.aamc.org.

Push and Pull Marketing Strategies (2012). Retrieved from www.marketing-made-simple.com/

Sylvie, G. et al (2008). *Media Management: A Casebook Approach* (4th edition). New York: Routledge, Taylor and Francis Group.

Young, A. (2010). *Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era. N*ew York, N.Y.: Palgrave Macmillan, St. Martin's Press.

ASSESSING THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL CULTURE AND CLIMATE FOR CREATIVITY: AN EXAMPLE OF THEATRE INDUSTRY IN LATVIA

Ivars Namatēvs
Turiba University, Latvia

Lotārs Dubkēvičs
BA School of Business and Finance, Latvia

Artūrs Barbars
BA School of Business and Finance, Latvia

Gints Majors
BA School of Business and Finance, Latvia

Purpose: *The purpose of this paper is to explore the relationship between organizational culture and creativity in an artistic art industry realized through cross-sectional studies in two theatres A and B in Riga, Latvia.* ***Methodology****:1) Research instruments: Organizational Culture Assessment Instrument, OCAI (Cameron, Quinn, 2006, Organizational Culture Index, OCI (Wallach, 1983) are used to uncover organizational culture; and, KEYS, Assessing the Climate for Creativity (Amabile, 1995) is used to evaluate the level of creativity.* ***Originality / value:*** *Theoretical and empirical research of organizational culture hasbeen done by using testing and re-testing research approach. The main hypothetical assumption is that an effective culture, and, thereafter, development of sustainable organizational culture, relay on different subcultures.* ***Practical implications:*** *1. According to OCAI the dominating organizational culture type in Theatre A is a hierarchy culture while in Theatre B it is a clan culture. 2. According to OCI Theatre A has been characterized by an effective culture model. While organizational culture model in Theatre B is characterized by relatively low internal efficiency. 3.Assessing the Climate for Creativity, KEYS has been shown that respondents evaluate the level of creativity in their organizations to be relatively high.* ***Paper type:*** *Research paper.*

Key words: *Organizational culture, creativity, organizational climate.*

Introduction

Organizational culture is an important factor influencing climate for creativity and promoting innovation (Sarros, Cooper, Santora, 2008).

Various authors link organizational culture to organization's sustainability and long-term performance, while organization's sustainability is largely dependent on its openness to change, creativity and innovation (Dubkēvičs, Barbars, 2011). It is pointed out that creativity and innovation are instigators of change, but organizational culture is the prerequisite (Sarroset al 2008).

Certain recent studies also show that organizations with cultures and strategies relevant for innovation greatly increase their value and profit (Jaruzelski, Loehr, Holman, 2011).

T. Amabile believes that one of the most important factors that influences creative work environment is organizational characteristics, including organizational culture (Amabile, Conti, Coon, Lazenby, Herron, 1996). Organization's internal environment, including organizational culture, climate and creative potential are sources of efficiency of the organization.

1. Organizational Culture

In management science there are various definitions of organizational culture. One of the simplest definitions of organizational culture belongs to M. Bower: "organizational culture is mainly characterized by the way of "doing things". What is acceptable way of "doing things" and what is not (Heskett, 2012). This simple definition of organizational culture is often quoted in management research literature in its direct or extended form.

Heskett (2012) emphasizes culture's role in defining behaviour. Employee behaviour in turn affects organization's basic assumptions about people, thinking and acting, as well as beliefs and values (declared and undeclared). Behaviour is reinforced by artefacts – stories, rituals and heroes.

After compiling and analysing culture definitions of various authors. According to E. Schein (2004) organizational culture is:

"…a pattern of basic assumptions that the group learned as it solved its problems that has worked well enough to be considered valid and is passed on to new members as the correct way to perceive, think, and feel in relation to those problems."

Any organizational culture consists of subcultures. Subcultures are relatively independent systems of values, norms and behavioural stereotypes that exist in a cultural context and are not in a sharp conflict with it (Zepa, 1997).

According to G. Hofstede and G.J. Hofstede (2005) there are three main subcultures:

- professional subculture;
- administrative subculture;
- customer interface subculture.

E. Schein (2004) determines three general subcultures, which exist in every organization:

- subculture of employees;
- subculture of creators;
- management (leadership) subculture.

Taking into account theoretical assumptions there are two subcultures in every organization: staff subculture and management subculture (Dubkēvičs, 2011).

It can be argued that organizational culture, in one way or another, is being characterized by a certain level of creativity and potential of creative thinking.

After assessing opinions of various authors, organizational culture can be defined as set of shared values and assumptions; as system (may also be system of thinking) that describes the organization and its members (Dubkēvičs, 2009).

2. Organizational Culture Typology Theories

Organizational culture is a broad multidimensional concept. There are typological theories based on it. Organizational culture is not a typologically uniform. One can only speak about the dominant features of organizational culture types that interact with each other (Dubkēvičs, 2009).

Organizational culture research in this study is based on works by K. Cameron, R. Quinn and E. Wallach.

Organizational culture typology theory by K. Cameron and R. Quinn (2006) is based on theoretical model "Competing Values Framework". Competing values framework is very useful in analysing not only organizational culture, but also other aspects of organization and management.

The model was created as an attempt to find the key indicators of effectiveness of the organization – which are the main factors that determine whether the particular organization is effective or not.

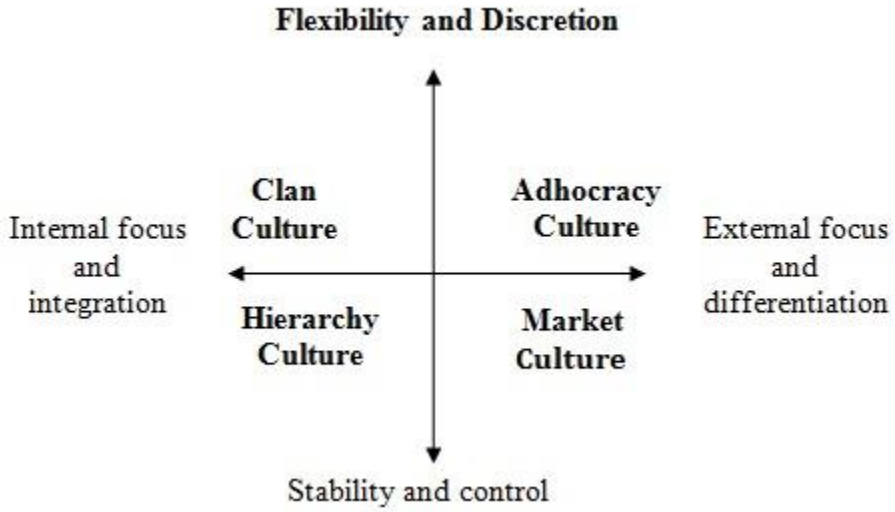


Figure 1. Competing Values Framework by K. Cameron and R. Quinn (Cameron et al, 2006)

Need to increase operational efficiency often serves as a reason why business executives and academics focus on organizational culture research and the potential for optimization.

Organizational culture theory by K. Cameron and R. Quinn is one of the most widely known and used in research in Latvia (Reņģe, 2007; Garleja, 2010; Dubkēvičs, 2009).

Theory is based on two dimensions:

- stability / flexibility;
- internal / external orientation.

Together these two dimensions form four quadrants. Each quadrant represents different set of organizational effectiveness indicators. Four quadrants determine core values by which the organization is evaluated. Each quadrant can be regarded as a type of organizational culture (Cameron et al, 2006).

Analysing organizational culture, E. Wallach (1983) identifies three cultural dimensions:

- bureaucratic culture;
- innovative culture;
- supportive culture.

Theories by of K. Cameron and R. Quinn and E. Wallach are compared in the table below.

Table 1

Comparison between organizational culture typology theories by R. Quinn, K. Cameron and E. Wallach (Dubkēvičs et al, 2011)

Organizational culture types by K. Cameron and R. Quinn	Organizational culture dimensions by E. Wallach	Core values of the organizational culture
Hierarchy/ Market	Bureaucratic	Stability, efficiency, formalized and structured work place, predictability, power, vertical communication/results – orientation organization, competition (internal and external), successes, reputation.
Adhocracy	Innovative	Personal creative freedom, orientation towards change, innovation, risk
Clan (a family type culture)	Supportive	Loyalty or traditions, unity (“we” consciousness), teamwork, participation, consensus, mutual respect, trust, friendly place to work, individual development, high motivation, morale

The above table shows the actual similarities between the two theories, while the main difference is in terminology. K. Cameron and R. Quinn use term “type”, while E. Wallach uses term “dimension.” By using term “dimension” Wallach wants to show that organizational culture is not homogeneous. Unlike K. Cameron and R. Quinn, Wallach does not distinguish market as separate dimension of the culture. Instead, she connects it to the innovative culture dimension.

3. Organizational Climate, Creativity and Factors Affecting Creativity

Based on her experience in organizational research, T. Amabile (2008) concludes, that creativity in organizations is more often destroyed than encouraged. Emphasizing such important parameters as control, productivity, etc., inadvertently creates organizations that systematically discourage human desires for creativity. At the same time research has shown that it is possible to balance rising of business and promotion of creativity. To achieve such balance, it is important to understand the factors that contribute and distract creativity.

Traditionally studies on creativity are focused on individual personality level and apply to the science of psychology.

T. Lubart (1990) defines creativity as the ability to produce ideas that are unusual, new and also valuable. The most important factor affecting creativity is culture of the certain society.

R. Sternberg and T. Lubart (1999) and McLean (2005) believe that creativity is initiated by the task itself.

People are the main source of competitive advantage. If long-term competitive advantage is based on people, it is important to be aware of essential human characteristics, including creativity (Gratone, 2004).

T. Amabile (1997) distinguishes:

- individual creativity (theory of individual creativity components);
- work environment (climate) creativity – environmental factors that promote or prevent individual creativity or innovation in the organization (theory of organizational creativity and innovation components).

Terms “creativity” and “innovation” are interrelated and complimentary in management science.

T.Amabile, P.Drucker and other researchers agree that any innovation begins with creativity (on individual or team level) (Amabile, Conti, Coon, Lazenby, Herron, 1996; Drakers, 2008).

According to T. Amabile, creativity is the germ of any innovation. Psychological perception of any innovation (realization of human ideas in organization’s life) in turn affects motivation to generate new ideas (Amabileet al, 1996). Thus creativity is both – the beginning as well as the end result of innovation.

Main differences between terms creativity and innovation are:

1. Creativity applies more to the individual level, although, it is affected by such organization's internal environment factors as organizational culture and climate.
2. Innovation is more related to group and organization's level (McLean, 2005).
3. Historically innovation is related to entrepreneurship and theories of economics, while creativity is related to human characteristics, abilities and talents as well as theory of psychology.

In the context of organizational culture and organization as a whole, creativity without innovation is a destructive value. At the same time, innovation without creativity is like a "car without petrol" (McLean, 2005).

In research literature creativity and innovation are often related to organizational climate (McLean, 2005; Amabile et al, 1996). Range of organizational climate definitions is wide enough, but in general it is defined as individual perception of organization's policies, practices and procedures (Carol Yeh–Yun Lin, Feng–Chuan Liu, 2011).

Climate is a situational attribute. It is characterized by subjectivity and is associated with people perceptions: their thoughts, feelings and behaviour. It is more sensitive to power – easily manipulated and influenced (Denison, 1996).

Organizational climate for creativity research instrument KEYS by T.Amabile and Center for Creative Leadership, defines the following ten dimensions: freedom, e.g. D. Pink (2009) calls this factor as "authonomy", challenging work, managerial encouragement, work group supports, organizational encouragement, lack of organizational impediments, sufficient resources, and realistic workload pressure.

4. Assessment of Relationship Between Organizational Culture and Climate for Creativity in Two Theatres in Latvia

As a part of this study relationship between organizational culture and climate for creativity was assessed in two theatres in Latvia. Study presented in this paper was done in two theatres – called Theatre A and Theatre B. Research was done among theatre directors and actors. Sample to be consisted of 17 respondents filled the questionnaires.

Organizational culture was measured by using Organizational Culture Assessment Instrument, OCAI, which measures the existing organizational culture model as well as preferred model according to respondents. Organizational culture was also re-tested by using Organizational Culture Index, OCI. Climate for creativity was tested by using KEYS instrument.

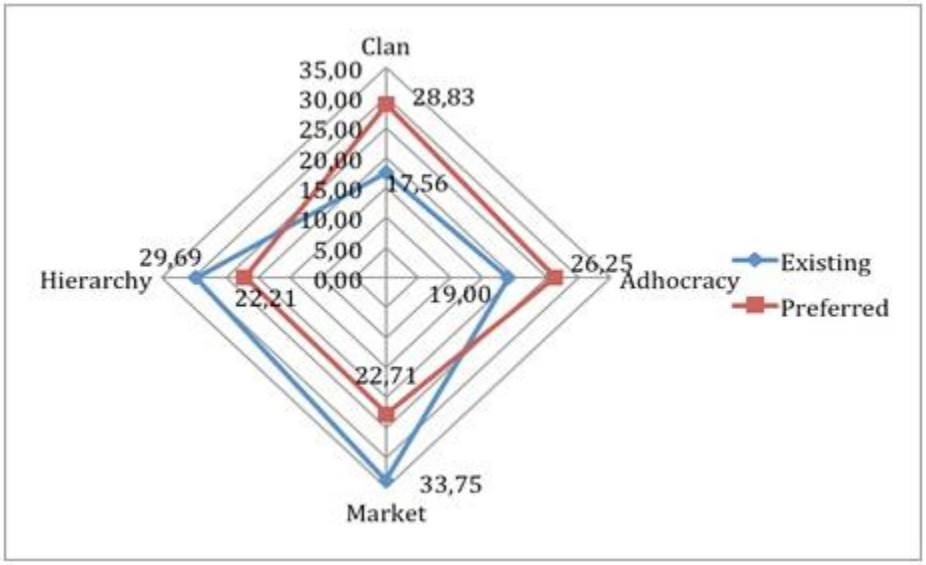


Figure 2. Theatre Aorganizational culture model according to OCAI

Existing culture model

Market and hierarchy culture types significantly dominate the existing organizational culture model in Theatre A. Such culture might be described as competitive and results oriented, formalized and structured place to work with leaders who are tough and demanding coordinators and organizers. Willingness to achieve the pre-determined goals, stability, predictability, standardized rules and procedures as well as control, productivity and efficiency are considered as key success factors in such organizational culture model.

Preferred culture model

Preferred organizational culture model according to respondents is very much opposite to the existing. Dominating culture types in this model are clan culture and adhocracy culture. Such organizational culture model might be described as flexible and creative family type organization and characterized by ability to adapt to the changing environment, shared values and goals, cohesion, participation, consensus, teamwork, commitment and loyalty. It is a friendly place to work, like an extended family where people share a lot and are ready to take risks in order to achieve creative results. Leaders are considered to be mentors. The organization is held together by high commitment, loyalty, and traditions.

According to the results by Organizational Culture Index instrument, dominating culture types are bureaucratic and innovative. Such culture is described as hierarchical with clear lines of responsibility and authority. The work is well organized, systematic and based on control and power. At the same time innovative part of the culture makes the organization an exciting, dynamic and creative place to work, filled with challenge and risk.

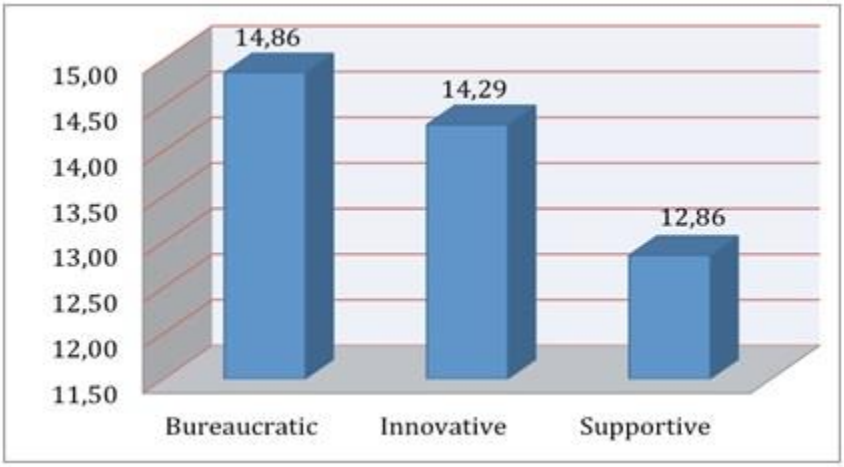
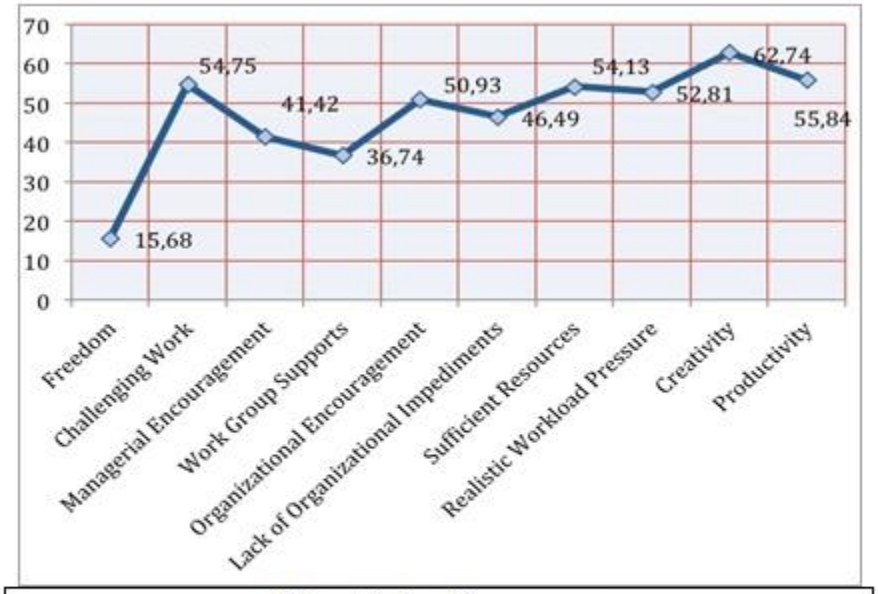


Figure 3. Theatre Aorganizational culture model according to OCI

Overall results for the existing organizational culture model in Theatre A by OCAI and OCI are not mutually exclusive. Both instruments show the organizational culture in question as bureaucratic and hierarchical.



Very high = 61 or more
High = 56 to 60
Average = 46 to 55
Low = 41 to 45
Very low = 40 or less

Figure 4. Factors affecting climate for creativity in Theatre A

Results of KEYS show that respondents have evaluated freedom in the organization as very low. Also score for work group supports can be considered as very low according to results of the research. Even though most of factors that affect creativity are evaluated as average, respondents see their organization as relatively creative since creativity itself is evaluated as very high.

In general it can be concluded that there is a pattern between organizational culture and climate for creativity in the organization in question. Both organizational culture surveys (OCAI and OCI) show that the organizational culture in Theatre A is bureaucratic to a very large extent. One of characteristics of such organization is that most of daily work is done according to specific rules and procedures, which results in limited freedom for members of the organization showed by the KEYS instrument. Both organizational culture tests also show internal competition as significant part of the organization's daily life, which results in very low scores for work group supports by KEYS.

Third characteristic of the organization in question that is reflected by both – organizational culture survey and climate for creativity survey is creativity. Respondents describe the organizational culture as contributing to creativity and innovation. Also results by KEYS show creativity in the specific organization evaluated as very high.

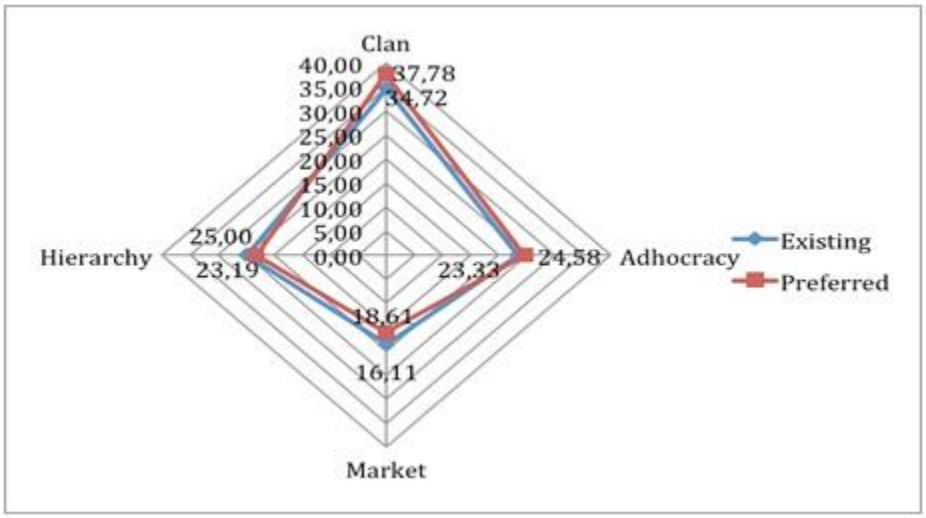


Figure 5. Theatre B organizational culture model according to OCAI

Existing culture model

Organizational culture model in Theatre B is significantly dominated by clan culture type. Such organizational culture can be characterized as very humane work environment. Main focus for management is to empower employees and facilitate their participation, commitment, and loyalty. Employees see their colleagues as members of a team where people support each other. Relatively low score for market culture confirms that internal competition is not a part of organization's daily work.

Research results also show very good balance between hierarchy culture and adhocracy culture, meaning that daily work of the organization is well managed and performed according to pre-agreed rules and procedures, while the organization is also flexible and creative as well as able to adopt to changing environment.

Preferred culture model

Results of the research done in this theatre show that preferred organizational culture model is very close to the existing one, which is a characteristic of effective organizational culture.

Results by OCI show supportive culture type as dominating in the overall organizational culture model. Such culture can be described as open and harmonious environment where people are friendly and helpful to each other. Organization is almost like an extended family. Research results also show that clear lines of responsibility and authority characterize the organization in question, since score for bureaucratic culture is also relatively high.

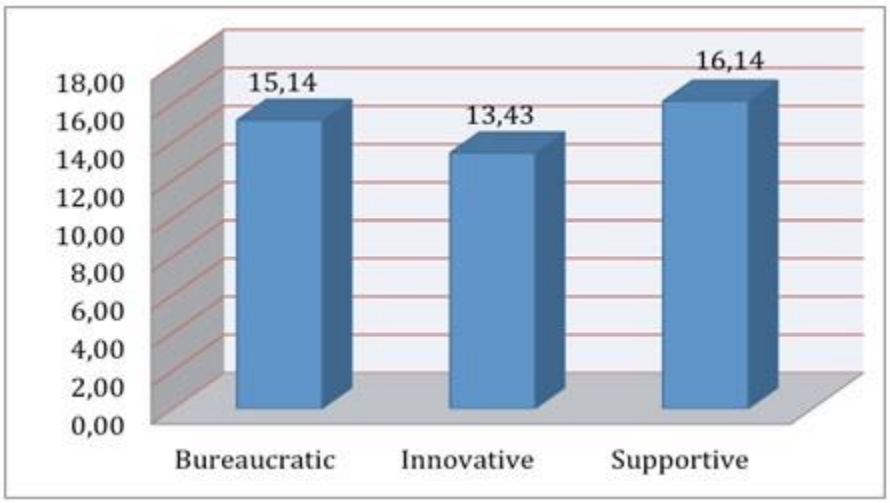


Figure 6. Theatre B organizational culture model according to OCI

Results by OCAI and OCI show similar results. Organizational culture in Theatre B is characterized as a very supportive place to work. Members of the organization support each other and achieve the common goals by helping each other in their daily challenges.

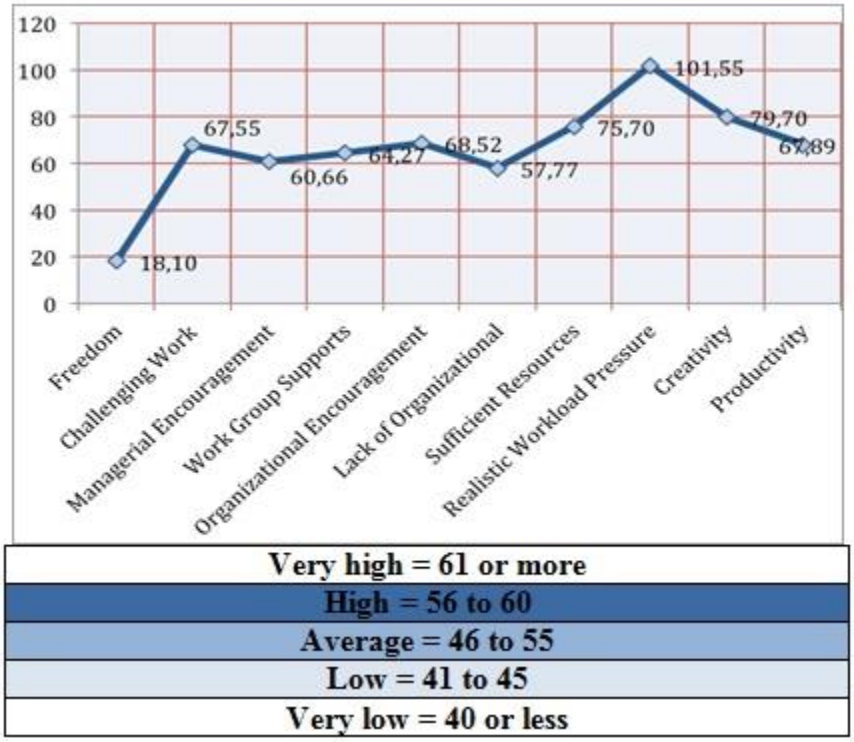


Figure 7. Factors affecting climate for creativity in Theatre B

Respondents in Theatre B have evaluated most of dimensions as high or very high, apart from freedom, which is evaluated as very low.

Also study done in this theatre confirms that organizational culture has an impact on environment for creativity. Supportive organizational culture that is focused on teamwork promotes such creativity factors as work group support and encouragement from management and colleagues. These factors among others help organization to reach its goals through creativity and productivity.

Conclusions

1. Organizational culture model in Theatre A is mainly characterized by hierarchy and market culture types, while in Theatre B it is strongly dominated by clan culture type according to competing values framework. These results are also supported by another instrument used in the research – OCI, which shows similar results.
2. According to use of KEYS instrument, most of the factors that affect climate for creativity are valuated above average in both theatres. One dimension that was valuated as very low according to respondents is freedom.
3. According to KEYS methodology, productivity and creativity are results of organizational climate. These two factors are higher for Theatre B. T. Amabileinterprets productivity as efficiency. Efficiency of organizational culture model in Theatre B is higher, as the existing and preferred cultural models are similar. It can be assumed that the overall creative operation in this theatre is more efficient.

4. Results of the study show that organizational culture values present in clan and adhocracy cultures have a positive impact on climate for creativity.
5. Restrictions on individual freedom and authonomy, as evidenced by low scores for these two dimensions in the organizations in question, do not conflict with high scores for creativity.
6. Some of the recent studies conclude that hierarchy or bureaucracy cultures have a negative impact on creativity (Naranjo–Valencia, Jiménez–Jiménez, & Sanz–Valle, 2011). Results of this research argue that bureaucracy limitations, if they are not very strong (example of Theatre B), do not conflict with climate for creativity.
7. Strictly formal and structured work environments (research results in Theatre A) provoke expectations of clan and adhocracy culture values in preferred organizational culture models. This is also confirmed by other studies performed by the authors (Dubkevics, Galdika, Barbars, 2011).
8. Organizational culture has an impact on climate for creativity in both organizations that participated in the study. In order to apply this assumption to the whole theatre industry, further empirical research is required.

Bibliography

Amabile, T.M. (1995). *KEYS: Assessing the climate for creativity.* Greensboro, NC: Center for Creative Leadership.

Amabile, T.M.,Conti, R., *Coon,* H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). *Assessing the Work Environment for Creativity.* "Academy of Management Journal" Vol.39, pp. 1154 – 1184.

Amabile, T. (2008). *Kā nogalināt vēlmi radoši strādāt. Inovatīva domāšana*. Rīga: Lietišķās informācijas dienests.

Amabile, T., M. (1997). *Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do.* "California Managemet Review" Vol.40, No1, Fall, pp. 39–58.

Cameron, S.K., Quinn, R.E. (2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture Based on Values Framework*. San Francisco: Jossey–Bass Inc., Publishers.

Carol Yeh–Yun Lin, Feng–Chuan Liu (2011). *A cross – level Analysis of Organizational Creativity climate and Perceived Innovation: The Mediating Effect of Work Motivation.* "Innovation Management", Vol.3, pp. 1– 30.

Denison, D.R. (1996). *What's the difference between organizational culture and organizational climate?* "Academy of Management Review", Vol.21., No.3, pp. 619–654.

Drakers. P. (2008). *Inovāciju analīze.* Rīga: Lietišķās informācijas dienests.

Dubkēvičs, L. (2009). *Organizācijaskultūra*. Rīga: Jumava.

Dubkēvičs, L., Barbars, A. (2011). *Role of organizational Culture and Leadership in Company s Efficiency*, Berlin: LAP LAMBERT Academic Publishing.

Dubkevics, L., Galdika, I., Barbars, A. (2011). *Interrelating Organizational Culture and Leadership Roles.* In: Borkowski, S., Rosak – Szyrocka, J. Human potential management in a company. Management styles. Leadership. Dnipropetrovsk: Makovetsky, pp. 59–70.

Garleja, R. (2010). *Darbs, organizācija un psiholoģija. Otrais papildināts izdevums.* Rīga: RaKa.

Gratone, L. (2004) *Cilvēkresursu stratēģija.* Rīga: Jumava.

Heskett, James L. (2012). *The Culture Cycle: How to Shape the Unseen Force that Transform Performance.* New Jersey: FT Press.

Hofstede G., Hofstede G.J. (2010). *Cultures and organizations: software of the mind: intercultural cooperation and its importance for survival.* New York: McGraw-Hill.

Jaruzelski, B., Loehr, J., Holman, R. (2011). *The Global Innovation 1000: Why Culture Is Key*[Online] Strategy+business. Published by the global management consulting firm Booz & Company, [viewed on December 23rd, 2011]. Available at: http://www.strategy-business.com/article/11404?pg=all.

Lubart, T.J. (1990). *Creativity and cross – cultural variation.* "International Journal of Psychology", 25. p. 296

McLean, Laird D. (2005). *Organizational Culture's Influence on Creativity and Innovation: A Review of the Literature and Implications for Human Resource Development.* "Advances in Developing Human Resources." May, Vol.7, No.2, p. 228.

Naranjo–Valencia, C., J., Sanz–Valle, R., Jimenez–Jimenez, D. (2010). *Organizational culture as determinant of product innovation.* "European Journal of Innovation Management" Vol.13, No.4, pp. 466–480.

Pink, H. (2009) *Drive: The Surprising Trust About What Motivates Us.* New York: Riverhea Books.

Reņģe, V. (2007). *Mūsdienu organizāciju psiholoģija.* Rīga: Zvaigzne ABC.

Schein, E. H. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: John Wiby and Sons, Inc.

Sternberg, R. J., Lubart, T.J. (1999). *The concept of Creativity: Prospects and paradigms.* In R.J. Sternberg (Ed.), Handbook of creativity (pp. 3–15). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Wallach, E.J. (1983). *Individuals and Organizations: The Cultural Match.* "Training and Development Journal" February, pp. 29–36.

Zepa B. (1997). *Socioloģijas skaidrojošā vārdnīca. Latvijas Universitātes Socioloģijas katedra.* Rīga: Latvijas Universitātes Socioloģijas katedra.

INTEGRATION OF LCA AND LCC IN DECISION PROCESS

Michal Biernacki, PhD. MSc. Eng.
Wroclaw University of Economics, Poland

Nowadays environmental management practices and attention are not focused only on addressing emissions and waste discharges to the environment from production processes, but they skip to products' life cycles and their environmental impact. Environmental assessment tools such as Life Cycle Assessment and Life Cycle Costing are successfully applied by enterprises and research institutions to identify, analyze and calculate the environmental effects of a product through its life cycle Life Cycle Assessment is used usually for material based on its life cycle from cradle to grave. Life Cycle Costing is a calculation method that may help controlling cost of whole process and take environment and energy aspect into account The methodology of Life Cycle Assessment together with Life Cycle Costing offers the main starting point for global sustainability reporting including the emerging future trends in this context and its cost. The paper presents an overview of goals, scopes, framework of an idea of combination of results of integration of Life Cycle Assessment and Life Cycle Costing research.

***Keywords**: environmental accounting, sustainable development, Life Cycle Assessment, Life Cycle Costing*

Introduction

Sustainable development is part of the survival of our global society. It could be defined as a development that meets the need of the present without compromising the ability of next generations to meet their own needs. Many firms are now expected to have an environmental management system in operational and strategic meaning to consider green aspects within the whole construction process. In order to understand how environmental thought and other related concepts become underlined and translated into physical objects in contemporary green projects, it is needed to have a grip of earlier and current flow of ideas (Baumann, 1998). The environmental decision is suggested to be similar to the general way of deciding proceeding in the company. It must be as a part of whole process of management.

1. Life Cycle Assessment – Definition and Methodology

Life Cycle Assessment understands a product that is followed from its "cradle" where raw materials are extracted from natural resources through production to its "grave", the disposal (Baumann, 1998). The goal of LCA is to underlined those particular areas in the environmental profile of a product where producers should focus their reply in order to minimize their environmental impact.

The Life Cycle Assessment system can be allocated into five successive phases; goal and scope definition, inventory analysis, impact assessment, result interpretation and application, (Figure 1).

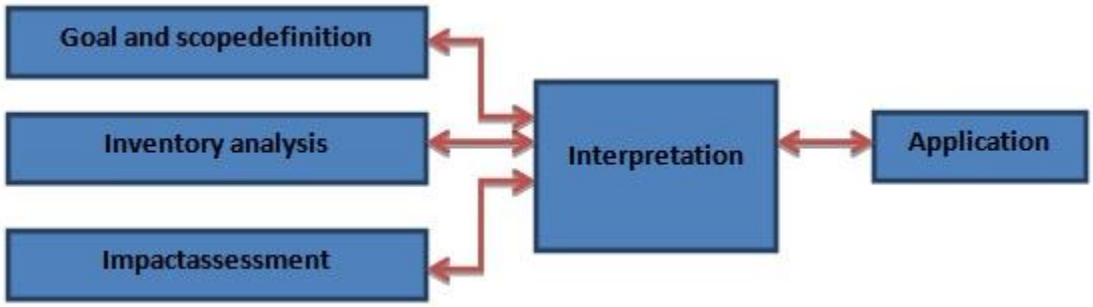


Figure 1. Methodology of LCA (Baumann, 2004

The LCA, in accordance with International Organization for Standardization (ISO) standard is a technique that aims at studying the environmental aspects and potential impacts of a product's or process's life cycle, starting at the raw materials extraction through the product manufacturing, until use and final disposal stages (ISO, 1997).

The LCA methodology applied ISO 14040, 14041, 14042 and 14043 (ISO, 1997; 1998; 2000a; b), which distinguish four phases in an LCA study: goal and scope definition, inventory analysis, impact assessment and interpretation. These system covers the product-related and life cycle view, taking into consideration up-and-down stream practices. It provides results on impact level which enable a focus on environmental effects and parameters.

However the main aim of Life Cycle Assessment is to guarantee complete and detailed identification of environmental effects of a product throughout its lifetime.

2. Life Cycle Costing – Main Scope

Life cycle costing (LCC) is a technique to estimate the total cost of ownership. The technique can assist decision-making for all projects (Nelson 2002). LCC system is folded of three appraisal levels: strategic, system and detail. The strategic level is mainly for the initial evaluation stage in the pre-construction phase. The system and detail stages are mostly used in the design stage. The assumptions made earlier are defined (Pulakka, 1999).

Life Cycle Costing is an economic calculation of an item, system or facility over its life, expressed in terms of equivalent cycle costing. It has an occasion to connect initial cost and ownership cost to optimize total cost of firms. The history of LCC has started in the Second World War when it was created, due to material and labor shortages. It is possible to identify two distinct option of life cycle costing:

- estimating costs on a whole life cycle basis;
- monitoring the cost incurred throughout a product's life cycle (Biernacki, 2011).

This technique takes the investment costs and costs in operation of all phases into account. The full costs can be considered from varied points of view for example from the product's supplier or the product's user or from the point of view of society. Life Cycle Costing also could be understood as a technique of thinking and not only as a costing instrument because in addition to the management of costs. It focuses on the long-term performance of products by getting a variety of management accounting procedures. There is LCC is applied to quantifying costs of whole buildings, systems and building components and materials in the construction industry. The method can assist decision-making for all projects.

3. Life Cycle Costing and Life Cycle Assessment

Life cycle costing and life cycle assessment measure cost and environmental performance of activity of every enterprise. However the assessments make study from two different scopes (nature science and social science).Both of these are very important in decision making process for product design and tender selection (Figure 2). It is an aim to find a possible way to include them together to accommodate both economic and environmental elements.

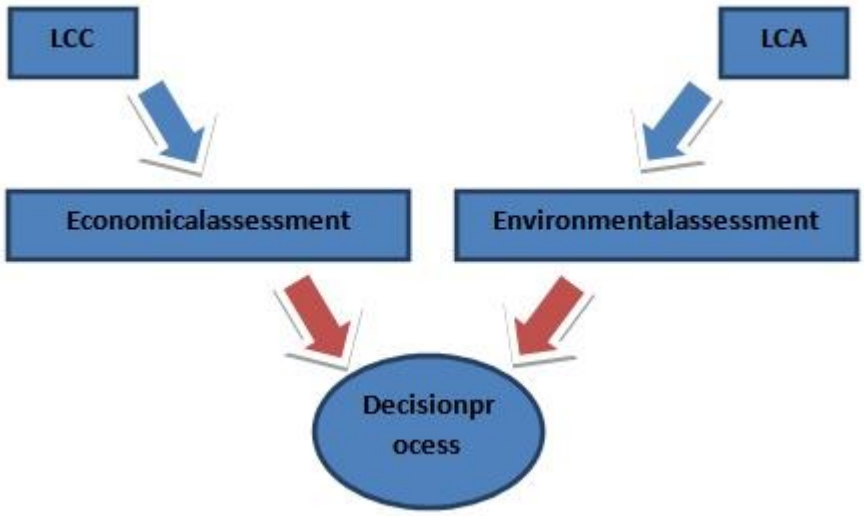


Figure 2. LCC/LCA as tool for decision making process (Jae in 2006)

The LCA and LCC methods are together life cycle technique tools. Furthermore, the time horizons of their research goals are the same. It means: from cradle to grave. On the other hand, both of these tools need to make calculations through getting data from the database. The LCA focus on the environmental impact in the future and LCC concerns on long term benefits.

The differences between LCA and LCC are unfortunately more obvious i.e.: data on the complete set of upstream processes are necessary for the calculation of the total environmental impact in LCA, while in LCC we speak about cost. It provides that the price can be sum up but the impact cannot. LCA system

is top-down, which means environmental impacts caused by chemical elements of materials are selected from different components of product. It is opposite to LCC method where it is bottom-up. It means the total cost is sum up by cost of each step during the life cycle (Table 1).

Table 1

Comparison of LCA and LCC

	Life Cycle Assessment	Life Cycle Costing
Time horizon	Average life of products	Average life of products
Method	Quantity Top-down	Quantity Bottom-up
Focus	Future environmental impact Environmental impacts	Future economic value Economic value
Scope	Materials and products	Cost
Evaluated environmentalimpacts	Air, soil, water	Not considered
Costcalculation	Not considered	Totally system cost

The easy way to link them together is to convert the LCA impacts intoamount-cost.Itsee thatboth the LCC and LCA variables are taken into account in quantifying the cost. According to Tupamaki:

$$LCC = Capital\ investment + NPV,$$

where NPV is based on:

- use and maintenance,
- operating cost,
- repairs + rehabilitation,
- salvage value,
- environmental LCA factors,
- occupational LCA factors,
- location LCA factors (Tupamaki, 2004).

In this formula above, environmental aspects refer to all the environmental impacts from materials and activities in the whole life cycle of every product. Moreover, the occupational factors goes to health, productivity and the other factor mean about people's satisfaction. It must be underline that some hidden environmental costs cannot be calculated at whole. Another method incorporates environmental costs into LCA for making strategic and operating decisions on improving environmental performance and investment. The eco-cost includes costs as below:

- of controlling gas emissions;
- of resources used and energy& water consumption in extraction and production of products;
- of waste disposal;

- of waste treatment, including solid waste and others;
- of eco-taxes;
- of pollution rehabilitation measures;
- of environmental management (Arup, 2002).

The integrated decision making tool includes both LCC and LCA can beused for selecting, suitable alternative. The formula is a below (Jaein, 2006):

$$\mathbf{V(Value)} = \frac{\mathbf{F(Function)}}{\mathbf{C(Cost)} * \mathbf{E(Environmental\ assessment)}}$$

In this method, managers use value engineering and LCC as an economic tools and LCA as an environmental assessment tool. Value engineering and LCC method will be used as first for economical part of the item and then LCA is applied to environmental aspect. Manager should consider two aspects simultaneously and same weight to choose the best alternative. The steps are as follows:

- Present alternative,
- Establish performance criteria,
- Calculate performance criteria matrix,
- Find function score,
- Calculate cost index,
- Calculate environmental score,
- Value analysis and selection (Jaein, 2006).

As it known, an environmental specific of a product is determined in design stage. With this concept, there are two segments join to each other in decision making process. One is design company which shows an key role in selecting the materials and designing structure. They can design and make alternatives and provide raw data to other firm. The other is consulting department (firm), which includes environment consulting company and economic consulting company, and it charges evaluation and feedback.

The other combination of these two methods is Environmental Life Cycle Costing which has been discovered by deficiencies of other practices as mentioned above.

4. Environmental Life Cycle Costing

Environmental Life Cycle Costing (ELCC) is a catalog of whole cost incurred during product cradle-to-grave cycle. Specific point of the ELCC model is the requirement that all cost under study have to be refer to actual monetary flow. The main reason of use of ELCC accounting is the reflection that standard methods of product life cycle assessment, such as Life Cycle Assessment, are often perceived as blockades to economic development. This is a mainly evident in relation to modern technologies, characterized by quick finish of life time cycle.

General structure of Environmental Life Cycle Costing is based on physical life cycle of a product. This method needs separate assessment of 5 distinct life time stages, detailed and elaborated as

required: research and development, production, use and maintenance, and disposal/recycling management.

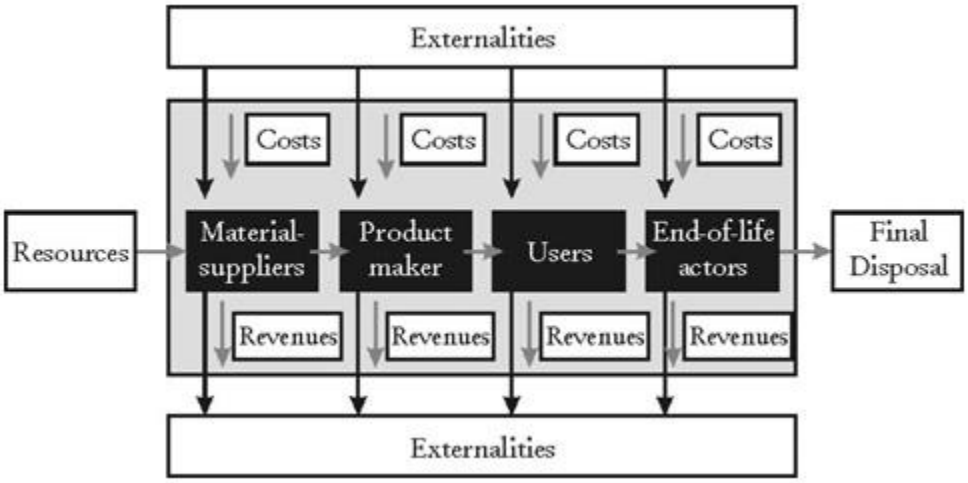


Figure 2. Conceptual framework of Environmental Life Cycle Costing (Hunkeler, Lichtenvort, Rebitzer, 2008)

Environmental Life Cycle Costing system, as contrasted to traditional Life Cycle Costing, supplements product cost analysis with the so-called environmental cost. The environmental cost represents economic cost incurred as a result of environmental use, such as eco-taxes, cost of waste emission and emission control, cost of eco-product marketing, etc.. These cost items should be inventoried and singled out in profit-and-loss account. Furthermore, it takes into accounting and bookkeeping all environmental cost supplemented by any external cost (Figure 2) (Hunkeler, Lichtenvort, Rebitzer 2008).

ELCC should not be implemented as an independent system but with connection with Life Cycle Assessment which is a globally normalized method for evaluation of environmental impact of a product as well as estimation of total consumption of resources within the complete product life cycle (Ciambrone, 1997).

Environmental Life Cycle Costing has to be done within the second stage of the LCA process, i.e. during input data inventorying as well as output data inventorying for individual processes and for selected functional units. Input data is a numbers of materials and energy use can be supplemented by cost data pertaining to each item. Output data taking into account emission and waste production data, one may supplement them with corresponding cost of economic use of environment. Both of them may be presented in monetary terms (Hendrikson, Lave, Matthews, 2006, 10).

Environmental Life Cycle Costing mentions to all cost incurred. The total cost is fragment of the system defined within the LCA part. Following this, the ELCC calculation may be formulated as

formula showed below (this is a first expression and can be modified in accordance with requirements of a given entity and firm's specificity).

$$ELCC = C_{IC} + C_{IN} + C_E + C_O + C_M + C_S + C_{ENV} + C_D,$$

where:

C_{IC} – initial investment cost

C_{IN} – installation cost

C_E – energy cost

C_O – operational cost

C_M – cost of repairs and maintenance

C_S – cost of stoppages and production losses

C_{ENV} – additional environmental cost

C_D – cost of recycling, discharge, rehabilitation (Kowalski, Kulczycka, Góralczyk, 2007).

Conclusion

Environmental Life Cycle Costing is a modern tool for reporting on companies' efforts in the field of sustainability development. This method can be used by companies for marketing purposes, to communicate with shareholders, stakeholders, government and clients. The trends in terms of the analysis of corporate and environmental friendly sustainable development are moving towards:

- product-related analysis;
- inclusion of indirect effects via the life cycle approach;
- analysis on impact level;
- automation of data administration.

The methodology of life cycle assessment linked with life cycle costing provides the main starting point for global sustainability reporting, as the Environmental Life Cycle Costing. The LCA and LCC methods covers the product-related and life cycle view, taking into consideration upstream and downstream processes. Based on the LCA, LCC and ELCC techniques some enterprises turn to manage using life cycle. Life Cycle Management (LCM) in a simple words is a derivative of Life Cycle Costing and Life Cycle Assessment. In a simply way, it identifies those areas in which running costs detailed by Life Cycle Costing might be reduced by a change in operating, planning practice and sometimes the appropriate system with environmental impact as well.

Bibliography

Arup company (2002). *Report on Life cycle assessment and life cycle costing for commercial building development in Hong Kong*Hong Kong

Biernacki M (2011). *Rachunek kosztów cyklu życia – ujęcie definicyjne i obszarowe* Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu pod red. E.Nowak, M.Nieplowicz "Rachunek kosztów I pomiar dokonań" nr 182, UE,Wrocław, 2011, pp.36–45

Ciambrone D.F.(1997). *Environmental Life Cycle Analysis* Lewis Publisher, New York, pp.6–9

European Committee for Standardization (1997). EN ISO 14040: *Environmental Management – Life Cycle Assessment – Principles and Framework*, European Committee for Standardization, Brussels

European Committee for Standardization (1998). EN ISO 14041: *Environmental Management – Life Cycle Assessment – Goal and Scope Definition and Life Cycle Inventory Analysis*, European Committee for Standardization, Brussels

European Committee for Standardization (2000a). EN ISO 14042: *Environmental Management – Life Cycle Assessment – Life Cycle Impact Assessment*, European Committee for Standardization, Brussels

European Committee for Standardization (2000b). EN ISO 14043: *Environmental Management – Life Cycle Assessment – Life Cycle Interpretation*, European Committee for Standardization, Brussels

Hendrikson C.T., Lave L.B, Matthews H.S. (2006). E*nvironmental Life Cycle Assessment of Goods and Services. An Input and Output Approach* RFF Washington pp.6–8

Henrikke Baumann (1998). *Life cycle assessment and decision making: theories and practices, Technical environmental planning*Sweden

Hunkeler D., Lichtenvort K., Rebitzer G. (2008). *Environmental Life Cycle Costing* CRC Press SETAC, pp.9–16

Jaein Ha and Taisik Lee (2006). *Integrated economical-environmental decision-making on waste water treatment plant construction project*, Korea

Kowalski Z., Kulczycka J., Góralczyk M. (2007). *Ekologiczna ocena cyklu życia procesów wytwórczych*Wydawnictwa Naukowe PWN, Warszawa, 170–178

Nelson A (2002). *Sustainability, new technologies and life-cycle costs*, Stanford University, USA Pulakka S (1999), *Life-cycle cost design methods and tools*, Durability of building materials and components, Espoo, Finland

Tupamaki, O. (2004). *Post Occupation Evaluation* – POE Villa Real Ltd/SA

PROPPING UP PROPAGANDA? EXPLORING THE ROLE OF THE HERALD NEWSPAPER IN STRENGTHENING ZANU-PF'S POLITICAL POSITION

Bruce Mutsvairo
The Hague University of Applied Sciences, the Netherlands

Discussing Zimbabwean politics would be insignificant without a comprehensive analysis of The Herald's relationship with the country's political order. The newspaper has historically taken a supportive discourse to Mugabe's policies, evidently attracting coverage disapproval from the president's opponents. This paper examines The Herald's role in contributing to the political endurance of President Mugabe's ZANU-PF party. By analyzing articles sampled from the paper's print and online editions, it traces the origins of the broadsheet's pro-ZANU-PF editorial positions, scrutinizing content and critically probing not only the motive but also the impact of the newspaper's strong allegiance to the revolutionary party. This paper examines The Herald newspaper's role in safeguarding the seemingly unparalleled longevity of Zimbabwe's ruling Zimbabwe African National Union-Patriotic Front (ZANU-PF) party. Through an analysis of a sample of stories from both the paper's print and online editions, the study traces the origins of the broadsheet's ostensibly unflagging pro-ZANU-PF editorial positions, turning to article analysis to critically probe not only the motive but also the impact of the newspaper's assumed open allegiance to the revolutionary party. In a nation believed battered by perceived state brutality and widening political differences, The Herald has been accused of significantly influencing the pace of dictatorship while guardedly manipulating information to prop up President Robert Mugabe's party. The paper has become so important over the years that its often uncompromising, one-sided style of reporting has earned it praise among militant ZANU-PF hardliners while bitterly attracting widespread criticism from critics of the long-serving party.

***Keywords**: The Herald, propaganda, politics, democracy, Zimbabwe, manipulation.*

Introduction

In this article, the author has endeavored to first problematize *The Herald* newspaper's role in Zimbabwean society. The first problem lies within the institution itself. Its role and responsibility to provide citizens with reliable news content have all been severely questioned by critics at home and abroad because of its traditional, openly pro-government stance. The second problem, which is related to the first, is associated with the newspaper's ownership structure, which presumably forces editors to pointedly paint a positive picture on stories involving ZANU-PF officials even when unprejudiced scrutiny is needed while anything that seeks to dehumanize, discredit or demonize the opposition attracts instant attention and is decidedly disseminated at whatever cost. The author, therefore, decided to formulate one central research question: To what extent do *The Herald*'s historical ties with ZANU-PF contribute to its perceived biased coverage of news events?

Propaganda is commonly associated with Adolf Hitler during the Second World War even though it should be traced back to 500 years B. C., to Alexander the Great in the Ancient World, according to Jowett and O'Donnell (2006). As long as mankind has lived in the aftermath of the 19th C Industrial Revolution, there has always been propaganda, argues Pratkanis and Aronson (1991) who link

propaganda with the invention of human civilizations. Jackall (1995) opines that propaganda's origins can effectively be found in religion arguing between 1621–1623 a propaganda office was set up by Pope Gregory XV. Ngoa (2006) is adamant there is a strong connection between advertising and propaganda, suggesting that with the coming of the Industrial Revolution, lifestyles changed, automatically creating the need to guide the consumer.

Lasswell (1927), one of the most influential scholars in the field, has defined propaganda as "the control of opinion by significant symbols, or to speak more accurately by stories, rumors, reports, pictures and other forms of social communication" (p. 627). Contemporary scholars Jowett and O'Donnell (1999) have opted for a more cautious approach, defining propaganda "as the deliberate, systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognitions, and direct behavior to achieve a response that furthers the desired intent of the propagandist" (p. 7). Manipulation is thus very central in both definitions, supporting an observation by Ross (2002) that propaganda is based on the manipulation of symbols. Persuasion is a key characteristic in Ross's (2002) definition, which concludes propaganda aims to "persuade a socially significant group of people on behalf of a political institution, organization or cause" (p. 24) while Pratkanis and Turner (1996) attempt to illustrate how propaganda effectively works by proposing that it turns to "simple images and slogans that truncate thought by playing on prejudices and emotions" (p. 190).

Bernays (1928), another leading scholar in the field, concludes: "Modern propaganda is a consistent, enduring effort to create or shape events to influence the relations of the public to an enterprise, idea or group" (p.25). Even though he believed that in spite of its negative connotations, propaganda was not always ruthless, it should be pointed out that the propagandist's intentions have always been to convince he is right even if it means that he has to deceive. Thus, propaganda does not necessarily have to be outright lies. There has to be an element of truth in everything that is reported. However, not everything has to be accurate as suggested by Cunningham (2001), who – paying tribute to the earlier works of Ellul (1957) and Coombs (1993) – concludes "We now understand that propaganda is a far more diversified and complex phenomenon than just uttering lies and the slick manipulation of beliefs and language" (p.138).

Tactics and techniques used in propaganda vary. Sproule (1994) pinpoints that propaganda operates clandestinely and therefore the sender will not openly admit that his messages carry manipulative elements. Propaganda rarely relies on authority (Petty & Cacioppo, 1986). Jowett and O'Donnell (2006) also consider fabrication and distortion of information to be among the most commonly used techniques of propaganda. Smith (1989) concurs, arguing apart from using distortions, the propagandist may also use deliberate falsehoods and omissions. The propagandist can also calculatingly withhold vital information (Pratkanis & Aronson, 1991). A. Lee and E. Lee (1972) credit the then New York-based Institute of Propaganda Analysis (IPA) for its instrumental role in detecting techniques used in propaganda. These include bandwagon, which appeals to the audience by creating an impression that everyone else is supporting the idea or policy; therefore, presumably anyone who chooses not to take part is automatically isolated. Name-calling attaches negative symbols to a person or idea in order to discredit it while glittering generalities are manipulative in the sense that they attach highly valued societal concepts such as democracy to a policy, potentially forcing people, including those who do not know what it means, to support it based on a generalized view that it is positive.

One of the most commonly accepted norms to the success of democracy is the system's inseparable relationship to a free press. It has been repeatedly claimed that freedom of expression is the lifeblood of democracy (Fog, 2004; Wahl-Jorgenson & Hanitzsch, 2009; Bhattacharyya & Hodler, 2012). We are made to believe that media and democracy are inseparable, which perhaps explains why the two words are often used interchangeably. The media provide citizens with information essential to the decisions they make, especially when choosing the country's political leaders (Fog, 2004). The media is a source of power that influence, control, and promote new standards in society or reinforce existing ones (Lal, Sharma, & Ahmed, 2007). During his decades-long rule, President Mugabe, deliberately or not, has had a dependable mouthpiece for disbursing information. At the same time, critics, especially his opponents in the Movement for Democratic Change (MDC) party, have dismissed it as a cheap propaganda platform. The availability of several weekly newspapers, including those fiercely critical of President Mugabe, has failed to hold back *The Herald*'s market dominance. With the exception of the *Daily News*, which doubled its circulation from an initial 60,000 to 120,000 within a few months of its 1999 launch, *The Herald*, with 90,000 readers, has been the overwhelming force on the Zimbabwean media scene (Moyo, 2005). Nor did the arrival of several other post-independence political parties, including the MDC, destabilize the newspaper's powerful support for ZANU-PF and authoritative market dominance.

1. The Herald's Role in Zimbabwean Politics

Propaganda, for right or wrong reasons, is often associated with negative connotations. It is often perceived that propaganda techniques can only be employed by autocratic and despotic regimes. However, it has been argued that practically all governments, including the ones that affirm to democratic values, use some form of propaganda to bolster their support from other nations and citizenry (Pratkanis & Aronson, 1991). In its quest to discredit and disavow President Mugabe's rule in Zimbabwe, the British government has also used propaganda techniques, one may argue. Continuously labeling President Mugabe a dictator, with a distasteful "human rights" record is an established propaganda technique associated with glittering generalities and name-calling especially when one considers the fact that it was Mugabe, who introduced basic "human rights" when he took over in 1980. There is no agreed definition of "dictator" even though it is quite clear that the term carries negative connotations, which the British government has used to help convince its allies in the European Union, Australia, Canada, the U.S., and New Zealand to impose sanctions against the Zimbabwean leader and his closest associates in 2002. That Mugabe had rigged national elections as was suggested at that time as the justification for launching a sanctions regime, is debatable because the Southern African Development Community (SADC) concluded in its assessment that the elections had been free and fair.

While *The Herald* does not hide its allegiance to ZANU-PF, it offers an alternative to the coverage of Zimbabwean politics, which since the launch of the land reform program in 2000 has largely been biased against the government of Zimbabwe. While the foreign and independent media outlets have sought to delegitimize Mugabe's rule because of perceived land reform injustices and allegations of elections rigging, *The Herald* has maintained its strong nationalistic stance. It carefully echoes the government's stance in blaming Zimbabwe's woes on a coalition of local and international foes including white farmers, the British government, and the then opposition MDC party.

However, while very few can doubt the newspaper's unshaken loyalty to ZANU-PF, it is important to explore the ways through which Zimbabweans consider the daily as a credible source of reliable news.

Without the media, "people in societies would be isolated, not only from the rest of the world, but from governments, lawmakers, and neighboring towns and cities" ("Role of Media in democracy". Retrieved July 16, 2012, from http://www.mona.uwi.edu/jct/documents/scott.pdf). *The Herald's* approach to reporting, one can conclude, based on an analysis of its content, could potentially damage its position as a harbinger of fair-minded, impartial coverage of news. Indeed, the newspaper often fails to provide an accurate picture of Zimbabwean news by continuously supporting ZANU-PF policies regardless of the impact they may have on the people. However, as Fog (2004) would argue, how different is *The Herald*'s reporting from that of other media outlets, which adopt an editorial line aligned with their advertisers or sponsors? If *The Herald* has failed to provide a fair and balanced coverage of developments in Zimbabwe, has any Western newspaper been able to achieve that goal? Several studies have documented the deep distrust and debilitating disapproval among Africans of the West's institutionalized media coverage of their continent (Maynard, 1974; Fair, 1992). Ebo (1992) even went as far as hypothesizing that Africa is depicted in the Western media as "a crocodile-infested dark continent where jungle life has perpetually eluded civilization" (p. 15). Willems (2005) unearthed evidence of systematic framing on the part of the British press coverage of the Zimbabwean crisis.

A closer analysis of the newspaper's ownership helps explain its perceived bias towards ZANU-PF. The newspaper is majority-owned by Zimbabwe Newspapers Group, Zimpapers, which holds 51.09% of the shares (Munyuki, 2005). The remaining shares are owned by the nation's leading financial firm, Old Mutual, and several other government-connected private companies (Open Society Institute, 2009). It is not surprising, then, if *The Herald* takes orders from its masters. Yet it is the newspaper's failure to give a platform to a variety of voices and its deliberate decision to label anyone who criticizes ZANU-PF a "traitor" that may potentially help undermine its authority.

By choosing to abandon impartial and objective reporting, instead maintaining an unswerving nationalistic pro-ZANU-PF agenda, the newspaper has ignored a fundamental ethic of journalism. Zimbabweans who have left the country because of the fledging economic crisis are considered traitors and allies of the West in a strongly generalized perspective, which normally ignores the fact that pro-Mugabe supporters may have also left the country. One could also argue that the ubiquitous barrage of criticism leveled against the MDC for supporting the European Union's "targeted" sanctions ignores ZANU-PF's actions that allegedly prompted the sanctions, including allegations of gross human rights violations brought by independent players such as the United Nations. Interestingly, ZANU-PF politicians, even those born after independence from Britain in 1980, are addressed as "Comrade", to reflect their supposed credentials as veteran bush war fighters. MDC officials, by contrast, are referred to as "Mr.", including those who fought in the 1970s guerrilla wars. *The Herald* thus measures patriotism by party allegiance.

The Herald's relationship with the government is symbiotic. While faithfully disseminating the ruling party's political, social, and economic agenda, it has been guaranteed exclusivity to news, ensuring that it secures "scoops" away from independent journalists and maintains its journalistic edge against competitors. President Mugabe historically travels with a reporter from *The Herald* on most of his foreign trips. This favor is not extended to journalists from the private media. Accordingly, the newspaper has always had an unchallenged access to the President. Thus, the reports may be dismissed as manipulative propaganda though its coverage may actually be informative, despite the fact that the main objective, like most forms of propaganda, is to create a favorable public response. Though its content is one-sided, the paper has long been a vital and occasionally credible source of Zimbabwean

news. For instance, while various foreign media incorrectly reported that President Mugabe had left the country in the aftermath of his first-round defeat to Tsvangirai in the 2008 elections, *The Herald* had it right: the president had not left the country. In 2012, Western media outlets including *The Sydney Morning Herald* incorrectly speculated that President Mugabe may have died during a trip to Singapore (Levy, 2012). As it turned out, *The Herald*, which had a reporter traveling with Mugabe, rebuffed these reports, suggesting as what later turned out to be the case that Mugabe was alive.

2. Historical Overview

Among several challenges faced by any new nation, Hobsbawm (1992) introduces the question of loyalty to, and identification with, the state and ruling system. A carefully crafted ZANU-PF art of dominance has seen the nationalistic party controlling Zimbabwe's political landscape uninterrupted over the past three decades. *The Herald*'s pro-state stance can be traced back to the heyday of its predecessor, *The Rhodesian Herald*, which was then a powerful propaganda platform for the Rhodesian Front in 1963, according to Windrich (1981). The flagrant control of the press is an entrenched characteristic of the legacy of colonialism in post-colonial Africa, argues Mukasa (2003). Determined to discontinue foreign ownership of the press, President Mugabe's government created the state-controlled Zimbabwe Mass Media Trust (ZMMT), a watchdog that eventually took overall ownership of *The Herald* and its sister papers, according to Nyahunzvi (2001).

There is a wealth of evidence to show *The Herald* has been fronting ZANU-PF's political ideologies since its inception in 1981. Political rivalry pitting Mugabe's ZANU and old foe Joshua Nkomo's Zimbabwe African People's Union spilled into the state media newsrooms. Nkomo claimed editors either ignored or twisted his speeches following a government decree restricting his speeches to parliament. Furthermore, Willie Musarurwa, who in 1981 became the first black editor of *The Herald*'s sister paper *The Sunday Mail*, was fired for his connections with Nkomo's ZAPU although some scholars have argued that his independent editorial line cost him his job (Chikuhwa, 2004, 60). Even though several editors may have graced the nation's oldest newspaper, nothing seems to bring them together more than their unbending support for government policies. Those who refused to toe the ZANU-PF line have paid a heavy price.

Chikuhwa (2004) points to Henry Muradzikwa, Musarurwa's replacement, who was removed from his job over a story that claimed that 60 Zimbabwean students had been deported from Cuba for unspecified health reasons (p.61). The story implied that the students had AIDS, which was seen as potentially damaging to Zimbabwe's relations with the communist island. While enjoying its monopoly during the first years of independence, *The Herald* undoubtedly carried a compound of challenges that included serving a racially and ethnically divided nation fresh from the horrors of war. Satisfying the believers of press freedom could not have been tougher. However, it appears the lack of independent media players at independence proved detrimental to the overall government media policy over the years.

While Mukasa (2003) argues that ZANU-PF's media control resolve was tested in the 1990s with the rise of weekly newspapers such as *The Zimbabwe Independent*, *The Standard*, *and The Daily News*, it goes without saying that *The Herald's* political and social influence has remained steadfast. Before its unexpected return in 2010, *The Daily News*, which claims to be the first independent Zimbabwean daily newspaper, had been encumbered by plenty of problems, falling victim to a catalogue of new

media laws introduced by the government under Jonathan Moyo's five-year reign as information minister. Moyo's period in office witnessed one of the most unalleviated propaganda campaigns in post-colonial Africa (Chitando, 2005). The Access to Information and Protection of Privacy Act (AIPPA) introduced a rigorous licensing system for media outlets, restricting foreign ownership of the media and prolonging *The Herald*'s monopoly since the other privately-run newspapers were weeklies. Despite their influence, they could not challenge *The Herald*'s circulation figures. Intimidation against journalists regardless of their political affiliation has been commonplace in Zimbabwe, but working for the independent press has been more daunting. Examples of state-sanctioned repression and intimidation of the private media can be seen in the 2007 incident involving veteran journalist Bill Saidi. A soldier, apparently unhappy with an article published in Saidi's *Standard* newspaper, left an envelope with a bullet and a handwritten note reading, "What is this? Watch your step" (Timberg, 2007).

Despite its fierce support for ZANU-PF, there have been several occasions when the newspaper attacked the party. *The Herald*, Chikuhwa (2004) reckons, bitterly criticized the government in the aftermath of the December 1997 national protest and the food riots a year later. Also, according to Mukasa (2003), police brutality, which rarely gets attention in *The Herald*, hogged the limelight after a teargas canister hit the newspaper's headquarters during the 1998 political disturbances, prompting editor Tommy Sithole to make a rare public attack on the police. However, this extraordinary criticism should not be taken as a sign of balanced journalism. Ideologically, the newspaper has always supported ZANU-PF. In the unlikely event of ZANU-PF becoming an opposition party, there is no evidence to suggest that the paper is prepared to drop its loyalty. Its roots are deeply enmeshed in the revolution against colonialism, and that identity is likely to remain its characteristic feature. President Mugabe's credibility as a freedom fighter, which *The Herald* is keen to remind its readers, is there for everyone to see. At the World Summit on Sustainable Development in Johannesburg in September 2002, Mugabe was treated to elated applause for his "braveness" in telling Tony Blair to keep his Britain while he kept "his Zimbabwe" (*The Herald*, 2002). Mugabe's popularity, readers are told, is based on his desire to see colonial injustices corrected. This is without a doubt a non-negotiable stance shared by Mugabe, *The Herald*, and indeed their supporters.

3. Discussion: Representation and Coverage

Endless repetition is a key technique used in propaganda. *The Herald* hopes that maintaining its sympathetic stance insofar as the government's land reform exercise is concerned helps convince the audiences on the need for agrarian reforms. Chief among its editorial lines is the continued endorsement of the land reforms. While critics argue that it is unjustified to hand over seized farms to Black "war veterans" based on their war credentials and not their agricultural expertise, *The Herald* sees no problems with that. It views the land reform as enhancing economic expansion. Analyses of the reform exercise are always pro-Mugabe. It ignores the plight of White farmers losing the land or allegations from opposition parties that only those with close connections to ZANU-PF benefited from the land reform. While being repetitive is considered important in this case, consistency is also essential. These articles for example show the newspaper's unshaken and continuous loyalty and support for the land reform. "Zimbabwe: War against Land Reform Unwinnable" (*The Herald*, 2009b), "Zimbabwe: Land Reform a Success–Survey" (*The Herald*, 2011, February 5), "Zimbabwe: Farmer Reaps Fruits of Land Reform" (*The Herald*, 2009a).

Through the World Book Multimedia Encyclopedia, the University of Leeds' Institute of Communication identifies three ways through which propaganda works: (1) it calls for an action or opinion that it makes seem wise and reasonable; (2) it suggests that the action or opinion is moral and right; and (3) it provides a pleasant feeling, such as a sense of importance or of belonging. Stories in the newspaper normally remind readers of historical imbalances committed by Western imperialists. This is a chorus position echoed by the newspaper, editorially taking a position that Mugabe is a liberator and in fact a victim of neo-colonialism. This argument appears convincing due to its ability to give Zimbabweans a sense of shared belonging. Name-calling the West as imperialists puts Zimbabweans in a victims pot. Thus the assumption could then be that they all have one enemy.

Race plays a major role in the newspaper's coverage of news. On a few occasions, President Mugabe has openly declared his dislike of white people (Associated Press, 2009). "The only white man you can trust is a dead white man", Mugabe said according to *The Telegraph* (*The Telegraph*, 2008, June 5). *The Herald* has followed his cue. That antipathy, however, is not extended to the country's white Olympic gold winner and former world record holder, Kirsty Coventry. While Mugabe has openly declared: "What we hate is not the color of their skins but the evil that emanates from them" (Radu, 2002), he, however, calls Coventry a "golden girl", going as far as showing his gratitude to the sportswoman by offering her a diplomatic passport. Coventry's sporting heroics offers *The Herald* a chance to market Zimbabwe as a place where purported racial disharmony normally reported in the West Press does not exist (Herald 2008).

In contrast, Andy Flower, another white sportsman, was lacerated for teaming up with a black teammate in openly denouncing President Mugabe during a cricket match in Harare February 2003 (Herald, 2003). Equally interesting is the way white ZANU-PF financial supporters John Bredenkamp and Billy Rautenbach are represented in the paper. The two businessmen are subject to unfriendly scrutiny and scornful attacks in the Western press. But a closer look at the way *The Herald* represents the two shows open bias. Stories such as "Zimbabwe: Bredenkamp Fights for Zim Citizenship" (*The Herald*, 2006b), "Zimbabwe: Court Grants Bredenkamp Reprieve" (*The Herald*, 2006c), and "Rautenbach Awarded Coal Mining Contract" (*The Herald*, 2007b) seek to portray the two as legitimate Zimbabwean businessmen with the country's interests at heart. Using these few examples of white Zimbabweans sympathetic to the regime, *The Herald* seeks to discount allegations of supposed anti-white antagonism by the party.

The Herald sees itself as a perfect answer to Africa's often negative and contrived image often depicted in the Western and independent media. It accuses Western media outlets with correspondents based in the region and local independent newspapers of distorting and misrepresenting facts about Zimbabwe. Bashing the MDC for its alleged connections to the independent media, *The Herald* (2009) said on its opinion page: The question is: Are the media in reality mouthpieces of political powers and governments for which they express sympathy? While *The Herald* reproaches other newspapers for bias against ZANU-PF, it does not address charges that its own reporting is slanted towards meeting coverage expectations of the party. But can that be quantified? A sample of 25 political stories in February 2008 prior to national elections showed that ZANU-PF received overwhelmingly favorable coverage, with 17 stories profiling, reporting or openly professing a slanted opinion towards ZANU-PF candidates. There was minimal coverage of campaign rallies for the opposition parties during this period.

A close look at more headlines in *The Herald* also discloses an ideological bent towards ZANU-PF. "Annan Forced to Abort Visit" is a headline in a story suggesting the former UN secretary general would not visit Zimbabwe for a first-hand examination on the country's clean-up exercise. Annan, who had been accused by several pro-government commentators of siding with the U.S. and Britain on the issue, possibly handed the party some victory by calling off the trip, which Mugabe had previously called "politicized" (*The Herald*, 2005). Another headline "Guarantee Safety of Scribes, MDC Leadership Told" appears to put blame on the opposition party after two journalists covering a rally were allegedly threatened (*The Herald*, 2007a). A headline of this nature, intended for the ZANU-PF leadership, would not find space in *The Herald*, as it not only betrays the interests of the party but also potentially exposes it to readership scrutiny.

4. Conceptual Framework

In his article on *Patriotic Journalism*, Ranger (2005) argues that hate journalism has flourished in the state-controlled media for many years. Die-hards in President Mugabe's government view the state monopoly of media as an effective tool to sell ZANU-PF's viewpoint while enforcing its patriotic agenda. After nearly 90 years of colonial and settler rule, it is understandable that nationalism and patriotism were paramount topics at independence in 1980. However, the two concepts remain on today's agenda thanks largely to *The Herald*, which is keen to promote values endorsed by ZANU-PF. In a weekly column that appears each Saturday in *The Herald*, a government official using the pseudo byline "Nathaniel Manheru" lashes out at President Mugabe's critics. The column introduced by Moyo and fairly popular within Zimbabwe's political ranks has never had kind words for anyone who disagrees with the ZANU-PF. Its approach is a deliberate division of the world into two racial pillars, namely "black" and "white". Anyone who disagrees with the Zimbabwean government is seen as siding the white colonialists. Others are treated as patriots or nationalists.

Despite Western sanctions, Manheru portrays a picture of hope, arguing Zimbabwe does not need to make friends outside the developing world. His column leaves little room for any intermediate position other than "for us or against us." Here is what he had to say on Kofi Annan's departure from the UN's top office in 2006:

> In Shona, Annan means "who is he with"? One last word for the United Nations. Kofi Annan is an African, and may the good African Lord be with him in his last days in office. Zimbabwe's land question started in 2000, a good six years before the end of his term. He had lots of time to come, and indeed he came to the region countable times between then and now. Kofi Annan is an African who knows the West only too well. After all, the West is in his home, so to speak. (*The Herald*, 2006a)

According to Marxist media theory, the media is a "means of production" that is used by the ruling class to deny or defuse alternative ideas. *The Herald*'s mission is evident on many of its pages. *The Herald* does not only "tell the truth" but also ensures that alternative versions are discredited. The story headlined "Tsvangirai Begs for VP Post" does not only attempt to tell the truth, but it also denies other options being suggested in the rumor mill (*The Herald*, 2008a).

In Gramsci's (1971) hegemony concept, the intellectual community plays an important role in the success of hegemonic domination. Exerting government control over the people is impossible without

intellectuals. In the case of Zimbabwe, academics regularly contribute to *The Herald* trumpeting nationalist positions. Among them there are University professors and intellectuals Tafataona Mahoso, known to his opponents as "the Media Hangman", and Vimbai Chivaura, both educated in the U.S. The majority of Mugabe's cabinet ministers and close associates hold degrees from Western universities, where they also send their children. Yet, ironically, their articles or comments in *The Herald* are decidedly anti-Western. The paper was scathing in response to Australia's decision to deport the children of ZANU-PF officials under the sanctions, denouncing it as a racist state (*The Herald*, 2007c). Former British Prime Minister Gordon Brown and his predecessor Tony Blair are portrayed as main culprits responsible for Zimbabwe's international isolation. *The Herald*, which makes no apologies for its support of ZANU-PF, has always maintained this view, arguing in its September 22, 2007 edition:

> Communicating with fellow Europeans through the British press (Brown) clearly indicated British diplomacy had come unstuck. Clearly British diplomacy has foundered in its backyard, with Brown adopting for the rest of Europe Blair's odious megaphone diplomacy against Zimbabwe. (*The Herald*, 2007c)

As noted by Frankfurt school stalwarts Adorno and Horkheimer, the media has the ability to transform enlightenment into barbarism (Neve, 2010). True to their view that economic prosperity breeds mass deception, *The Herald* has used Zimbabwe's once affluent economy to foster a formidable relationship with the country's ruling elite. As the only daily available in the country, it certainly is a widely-read paper, powerfully delivering Mugabe's message of hope, political independence, and economic prosperity, when annual inflation was topping over 231 million percent (Associated Press, 2008). *The Herald* still chose to defend the country's economic policies, dedicating pages of praise to central bank governor Gideon Gono, the man criticized internationally for allegedly bringing down the country's economy. Additionally, the newspaper also ran articles in which Zimbabwe was allegedly commended by its southern African neighbors for pioneering "innovative economic policies" (*The Herald*, 2008b).

Perhaps indicative of the anger *The Herald* aroused among its critics, the paper's online version was brought down in May 2008 by an unknown hacker (Reuters, 2008). That happened after the vicious election campaign in which dozens of opposition supporters were beaten or killed, in a well-document campaign of violence (*The Guardian*, 2008). Victims included Harare deputy mayor Emmanuel Chiroto, whose wife Abigail was reportedly kidnapped and killed by suspected ruling party militias (*The Independent*, 2008). *The Herald* stood its ground, reporting pro-ZANU-PF stories while taking its usual line of attacking the opposition as a Western puppet, diverting attention from coverage over alleged killings. Chief among its editorial lines is the continued endorsement of the land reforms. While critics argue that it is unjustified to hand over seized farms to black "war veterans" based on their war credentials and not their agricultural expertise, *The Herald* sees no problems with that. It views the reform as enhancing economic expansion.

Conclusions

This study has shown the mechanism employed by *The Herald* in habitually showing its siding with the ZANU-PF. It finds itself supporting the ZANU-PF in almost every scenario perpetuated by the fact that the revolutionary party has deep-seated historical ties to the newspaper hence pro-party editors have always been associated with the daily. The articles reveal how *The Herald* uses propaganda to further extend its traditional relationship with Mugabe's party. Hence, the paper's ownership structure is

pivotal in its quest to maintain the positive coverage. Understandably, the stories that are run by the newspaper tend to be openly biased towards ZANU-PF's political cadres. Without its political steadfastness, it could be argued that Mugabe would not have managed to stay in power for over 30 years. Politically, *The Herald* has always been unapologetic for its pro-Mugabe stance. Faced with new Western-sponsored hostility, Mugabe has turned to the paper for the much-needed support. The MDC has accused *The Herald* of turning a blind eye to its campaign materials, for example during the 2005 and 2008 elections. However, as long as Zimbabwe remains a country dominated by Mugabe's Marxist-centred party, *The Herald*'s disappearance from the Zimbabwean political arena cannot be foretold. It must be noted, however, that the same tactics employed by *The Herald*, are also used in various newspapers seeking to discredit Mugabe.

In the eyes of *The Herald*, Mugabe has become a cult-like figure, incapable of error but someone who it sees as being victimized by a Western distortion of history. Blame is put on the West in *The Herald* while Mugabe's cadres are always presented as victims, regardless of the issue. Most importantly, Mugabe has redefined democracy thanks to *The Herald*. The newspaper convincingly applauds Zimbabwe's democratic credentials. These are questioned in the West, thereby creating confusion as to what the agreed definition and key characteristics of democracy are. But despite its evidently pro-Mugabe reporting, *The Herald* cannot be dismissed as irrelevant. It is used to sell the ZANU-PF brand. It is a weapon in the party's tactics to preserve power among all sectors of society, by reinforcing, for example, the party's relationship with war veterans and the educated elite. As the newspaper's majority shareholder, ZANU-PF may seek to justify its control of the newspaper merely on the grounds of its overpowering investments in the company, which gives it absolute decision-making powers. *The Herald* therefore occupies a very important seat in Zimbabwean politics, one that should never be underestimated.

Bibliography

Associated Press. (2008, October 9). Zimbabwe inflation hit 231 percent. Retrieved June 5, 2010, from http://tickerforum.org/akcs-www?post=66224

Associated Press. (2009). Robert Mugabe: White farmers must vacate their land. Retrieved June 5, 2010, from http://www.huffingtonpost.com/2009/02/28/robert-mugabe-white farme_n_170752.html

Bhattacharyya, B., Hodler, R. (2012). Media freedom and democracy: Complements or substitutes in the fight against corruption? (CSAE Working Paper WPS/2012-02).

Charamba's Comments on Saidi Rile Journalists. (2007, February 13). Retrieved September 14, 2010, fromhttp://www.zimbabwejournalists.com/print.php?art_id=1749

Chikuhwa, J. (2004). *A crisis of governance: Zimbabwe.* New York: Algora Publishing.

Chitando, E. (2005). In the beginning was the land: The appropriation of religious themes in political discourses in Zimbabwe. *Africa, 75*(2), pp. 220–239.

Coombs, J. E. (1993). *The new propaganda: The dictatatorship of palaver in contemporary politics.* New York, London: Longman.

Cunningham, S. B. (2001). Responding to propaganda: An ethical enterprise. *Journal of Mass Media Ethics*, 16(2–3), pp. 138–147.

Ebo, B. (1992). *American media and African culture***.** In B.G. Hawk (Ed.), *Africa's media image (pp. 15–25)*. New York: Praeger.

Ellul, J. (1957). Information and propaganda. *Diogenes, 18*, pp. 61–77.

Fair, J.E. (1992). Are we really the world? Coverage of U.S. food aid in Africa, 1980–1989.In B.G. Hawk (Ed.), *Africa's media image* (pp. 109–120). New York: Praeger.

Fog, A. (2004). The supposed and the real role of media in a modern democracy. *Working Paper*, pp. 1–49.

Gramsci, A. (1971). Selections from the prison notebooks of Antonio Gramsci. In Q. Hoare & G. N. Smith (Eds. and Trans.). London: Lawrence and Wishart.

Hobsbawm, E. (1992). *Nations and nationalism since 1780: Programme, myth, and reality.* Cambridge: Cambridge University Press.

Jackall R. (1995). *Propaganda: Main trends of the modern world.* New York: University Press.

Jowett, G.S., O'Donnell, V. (1999). *Propaganda and Persuasion* (3rd Ed). California: Sage Publications.

Jowett, G., O'Donnell, V. (2006). *Readings in propaganda and persuasion new and classic essay.* London: Sage Publications.

Lal, R. M., Sharma, S. K., & Ahmed, N. (2007). Inherent barriers for mass media impact on Indian society. *International Journal of Business Research, 7*(6), pp. 47–63.

Lasswell, H. D. (1927). The theory of political propaganda. *The American Political Science Review, 21*(3), pp. 627–631.

Lee, A.M., Lee, E.B. (1972). *The fine art of propaganda*. San Francisco, C.A.: International Society for General Semantics.

Levy, M. (2012, April 10). Mugabe close to death. *Sydney Morning Herald*. Retrieved April 12, 2012, from http://www.smh.com.au/world/mugabe-close-to-death-reports-20120410-1wls5.html

Maynard, R. (1974). *Africa on film: Myth and reality*. N.J.: HaydenBook.

Moyo, D. (2005). The "independent press" and the fight for democracy in Zimbabwe: A critical analysis of the banned *Daily News*. Westminster Paper in *Communication and Culture Special Issue*, pp. 109–128.

Mukasa, S. (2003). Press and politics in Zimbabwe. *Africa Studies Quarterly, 7*(3), pp. 171–183.

Munyuki, G. (2005). Media ownership in Zimbabwe. Retrieved July 18, 2011, from http://www.kubatana.net/docs/media/misaz_media_ownership_zim_051130.pdf

Neve, B. (2010). Theoretical approaches to mass media. Retrieved December 7, 2010, from http://people.bath.ac.uk/hssbpn/theories%20of%20media.htm

Nyahunzvi, T. (2001). The Zimbabwe mass media trust: An experiment that failed. *Media Development, 48*(2), pp. 31–36.

Ngoa, S. (2006). *Agenda-setting: The neglected role of some agents of power* (Unpublished Ph.D. thesis, University of the Witwatersrand, Johannesburg, RSA).

Open Society Institute. (2009).Media programme publication. *Public Broadcasting in Africa Series.*

Petty, R.E., & Cacioppo, J.T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change.* New York: Springer-Verlag.

Pratkanis, A., &Aronson, E. (1991). *The age of propaganda: Everyday use and abuse of persuasion.* New York, N.Y.: W. H. Freeman and Co.

Pratkanis, A.R., Turner, M.E. (1996). Persuasion and democracy: Strategies for increasing deliberative participation and enacting social change. *Journal of Social Issues, 52,* pp. 187–205.

Propaganda. Retrieved July 16, 2010, from http://ics-www.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/727/propaganda.pdf

Radu, M. (2002). Speech in Harlem, New York "State of Disaster". *National Review.*

Ranger, T. (2005). The rise of patriotic journalism in Zimbabwe and its possible implications. Westminster Papers in *Communication and Culture Conference.* University of Westminster.

Reuters, S. (2008, May12). Zimbabwe official newspaper hacked.

Ross, S.T. (2002). Understanding propaganda: The epistemic merit model and its application to art. *Journal of Aesthetic Education, 36*(1), pp. 16–30.

Smith, T.J. (1989). *Propaganda: A pluralistic perspective*. Westport, C.T.: Praeger.

Sproule, J.M. (1994). *Channels of propaganda.* Bloomington, I.N.: EDINFO & ERIC.

Timberg, C. (2007). Zimbabwe paper hits big nerve, (Washington Post, 2 February, 2007 Retrieved from http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/02/01/AR2007020101712.html

The Guardian (2008). Zimbabwe elections: Four activists found dead, says opposition, 19 June.

The Herald (2002). Keep your England, President tells Blair, The Herald, 3 September 2002, Retrieved 14 July, 2010, from http://allafrica.com/stories/200209030047.html

The Herald (2006a). Nathaniel Manheru No God from a Machine. Retrieved July 16, 2010, from http://www.zwnews.com/issuefull.cfm?ArticleID=14451

The Herald (*2006b*). Zimbabwe: Bredenkamp Fights for Zim Citizenship, 20 September.

The Herald (2006c). Zimbabwe: Court Grants Bredenkamp Reprieve, 23 September, 2006.

The Herald. (2007a). Guarantee Safety of Scribes, MDC Leadership Told (November 22, 2007).

The Herald (2007b). Rautenbach Awarded Coal Mining Contract, 17 November 2007.

The Herald (2007c). Tsvangirai thanks paymasters for sanctions, 28 October.

The Herald (2008a). Tsvangirai Begs for VP Post, 8 April.

The Herald (2008b). Zimbabwe hailed over economic policies, 14 October.

The Herald (2008c). Zimbabwe: Zim not for Sale, 19 April.

The Herald. December 14, 2009.

The Herald. September 26, 2005.

The Herald (2009a). Isdore Guvamombe Zimbabwe: Farmer reaps fruits of land reform, 15 September. Retrieved 17 July, 2010, from ttp://www.politicsforum.org/forum/viewtopic.php?f=33&t=110293

The Herald (2009b). Reason Wafawarowa Zimbabwe: War against Land Reform Unwinnable the Herald, 17, April 2009, Retrieved 17 July, 2010, fromhttp://allafrica.com/stories/200904170469.html

The Herald (2011). Tinashe Farawo Zimbabwe: Land Reform a Success—Survey, 5 February. Retrieved 17 July, 2010, fromhttp://allafrica.com/stories/201102140147.html

The Independent (2008). Harare mayor in hiding after Mugabe thugs kill wife, 19 June.

The Telegraph (2008, June 5). Robert Mugabe's relations with Britain: In his own words. Retrieved July 17, 2009, fromhttp://www.telegraph.co.uk/news/2080893/Robert-Mugabes-relations-with-Britain-In-his-own-words.html

Wahl-Jorgensen, K., Hanitzsch, T. (Eds.) (2009). *Handbook of journalism studies.* New York and London: Routledge.

Willems, W. (2005). Remnants of Empire? British media reporting on Zimbabwe. Westminster Papers in *Communication and Culture* (University of Westminster, London. Special Issue, pp. 91–108).

Windrich, E. (1981). The mass media in the struggle for Zimbabwe: Censorship and propaganda under Rhodesian Front Rule. *Mambo Occasional Papers, Socio-economic Series 15.* Gweru: Mambo Press.

"Zimbabwe slum demolitions continue", BBC website. Retrieved September 9, 2009, from http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/4715635.stm

MANAGEMENT STYLES IN LATVIA AND MOLDOVA – DIFFERENCES AND SIMILARITIES

Ieva Kalve, Dr.oec.
Turiba University, Latvia

Nicolae Sali, Ph.D.
Free International University of Moldova, Moldova

In these rapidly changing times, it is increasingly difficult to successfully lead an organization by using the classic management skills. There are lots of leadership and management theories available, but it is important to find how they are used in real life organizations. Managers' knowledge or lack of it thereof not only influences the organizational results and the performance of employees, but also changes its thinking and models its behaviour. Employees are either stimulated to be open and innovative or, on the contrary, feel pressure to fulfil mindlessly directions and nothing else. The attitude, communication skills and empathy are traits that are very important in a leader (manager). The authors of this article have done a short summary of the most current organization management tendencies, while also doing empirical research that lets you compare the employees' views on their managers in Latvia and Moldova – two developing countries that regained their independence in 1991 and that are still continuing their economic reorganization from a planned economy to a market economy, while taking up the challenges of the modern world and dealing with the reality of the global economic crisis. In conclusion, the authors have found the reasons for the similar and different results between the two countries and have formulated several suggestions.

Keywords*: management, change management.*

Introduction

We are at the beginning of the second decade of the XXI century in terms of global financial and economic crisis. Unlike natural catastrophes, financial and economic crisis is due to human factors. The leaders of different levels have a role in getting out of this situation. (Cotelnic, 2011)

The current financial crisis is creating an increasing uncertainty about the economic future of world in general and Latvia as well. Overall, the crisis is not anything extraordinary; it is a recurring occurrence, and a lot of experience has been gained on finding solutions for these kinds of occurrences. But there are at least 2 tendencies because of which the crisis should be looked at closer in Latvia and other countries.

1. Despite the current recession, it seems that the slow but steady changes in the allotment of sectors – agricultural and traditional manufacturing – are gradually substituted by the service industry.
2. The demand for highly qualified and capable to adapt employees is increasing. A lot of studies are being done and some of them yield very good results; however, the problem is that they are not used in real world applications. (Kalve, 2010)

Taking into account the practical orientation of conferences in University Turiba, the purpose of this article is to give focussed information about the current management trends in two post-soviet countries: Latvia and Moldova.

Post-soviet countries have followed various paths in their transitions following the break-up of the Soviet Union. These diverging transitional paths provide a clear rationale for comparative studies into how historical circumstances and ongoing cross-cultural influences of the globalized business context amalgamate in different post-soviet countries. (Rees, Miazhevich, 2009)

The authors of this article were interested in the research done in 2009 by Rees and Miazhevich. It focused on the differences in socio-cultural change and business ethics in Estonia and Belarus. We can now say that certain parallels can be drawn between Latvia (which is similar to Estonia in many processes) and Moldova, which has a lot in common with Belarus. These countries represent considerably different cultural unities. They have different historical legacies in terms of religion, different discourses involving their soviet past and current national auto-portraits.

Since all three Baltic States regained their independence from the Soviet Union in 1990, they have experienced strong economic growth as well as technological advancement. They have implemented more radical reforms than other post-soviet countries and managed to reconnect their national economy to the western markets. In contrast, despite a push for privatization after the fall of the Soviet Union, the Belarusian government maintains a prevalent role in almost all sectors, which affects growth and productivity (Rees, Miazhevich, 2009); therefore, the situation in Moldova has more similarities with Belarus than with the Baltic countries.

At present, significant cultural variations between the different post-soviet countries are evident in their diverging reactions towards western managerial practices. According to several studies, the implementation of western-based practices engenders different, if not opposing, cultural reactions in these countries. (Rees, Miazhevich, 2009)

Rapid technological development substantially increases the amount of different kinds of information and knowledge available. It raises a lot of problems: how to find the right information or experience, how to incorporate it in everyday's operations. Today there are few opportunities to shape organizational sustainability and success through conservative, old-fashioned hierarchical structures and other measures to preserve stability. (Kalve, 2008)

Terms like creativity, innovations, knowledge management, etc. are more and more often used even in Latvia, but different kinds of analysis done by researchers show that the application of them in the real management process often fails. Why? Results of the number of researches show that organizations need not only focus their attention on improving efficiency and productivity, but also on developing innovation mechanisms to stimulate knowledge creation, sharing and integration. What organizations need is a better understanding of how management in general and the knowledge management in particular are related to the innovation process and how it can be used to help foster innovation within organizations. (Kalve, 2009)

If the countries of the former Soviet bloc are to move towards establishing successful market economies, it is essential that their universities are able to design and deliver the highest quality

management education. This education should stimulate innovative and independent ideas along with developing skills that can be applied to the practical context of management. It is important to know that this was no third-world situation – by the 1980s literacy rates were very high and within the entire Soviet bloc there was a strong and extensive network of institutions of higher education (Love, 2006), but, as Jackson (Jackson, 2002) points out, transitional economies of the former Soviet bloc, or emerging countries of Africa, South Asia, or South America may have shorter-term objectives.

Why are these differences important? As Battilana and Casciaro (Battilana, Casciaro, 2012) wrote in their article, scholars have long recognized the political nature of change in organizations. To implement planned organizational changes – that is, premeditated interventions intended to modify change – agents may need to overcome resistance from other members of their organization and encourage them to adopt new practices.

However, it is very important to remember that change implementation within an organization can be conceptualized as an exercise in social influence, defined as the alteration of an attitude of behavior by one actor in response to another actor`s actions. (Battilana, Casciaro, 2012)

The problems arise when managers educated in the Western tradition try to implement Western management and human resource practices in cultures that have a different history and locus of human value. The importance of cultural values to the conduct of organizational life is well established in literature (Jackson, 2002), but the authors of this paper tried to analyze similarities and/or differences in management of organizations in Latvia and Moldova.

Empirical Pilot Research on Management Processes

In order to ascertain the real situation in the management methods used in organizations in Latvia and Moldova, an empirical pilot research (85 respondents in Moldova and 64 in Latvia) on management processes was carried out in January 2013. The specific situation of both countries (post-soviet, not strong market-oriented thinking and management traditions and knowledge combined with the global crisis) is still connected with the necessity of rapidly and effectively selecting classical and even the newest management principles and trends for application. Both quantitative and qualitative changes in opinions and processes are taking place.

Although changes are an integral part of life, there is a lack of understanding and resistance to change. It is important to understand that changes in a particular organization (or country) involve not only precisely defined goals and expectation achievement plans, but also a human dimension – human understanding and support or resistance to the manager`s expectations are a significant factor.

As Carnall (Carnall, 2003) points out, it is not possible to carry out one small change in an organization, a much broader view is necessary (see Figure 1).

With all these aspects in mind, the authors of this article used an organizational diagnosis questionnaire developed by Carnall (Carnall, 2003) for getting initial/pilot empirical evidence on similarities or differences in management methods used in Latvia and Moldova. In the following questionnaire, eight areas are assessed (key tasks, structure, people relations, motivation, support, management leadership, attitude towards change, performance), each with five statements as shown on the check sheet that

follows the questionnaire (see also Annex 1 and Annex 2). This questionnaire is designed to help determine how well an organization works in a number of related areas.

Figure 1. Managing major changes (Carnall, 2003)

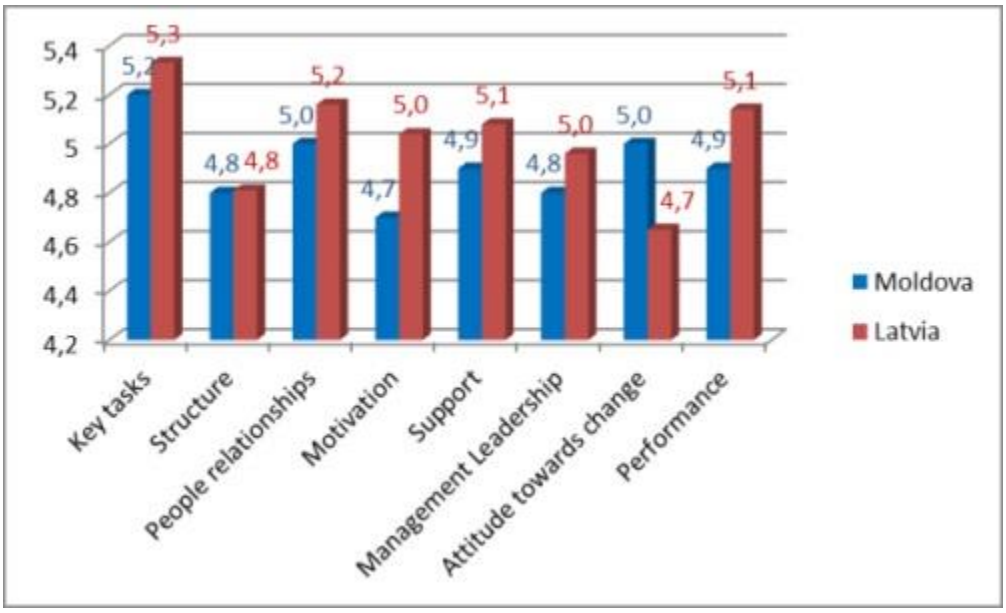


Figure 2. Average rating of statement groups/areas

Respondents are asked to respond to each of 40 questions on a Likert-type scale on the basis of "what I think" (1 – strongly disagree to 7 – strongly agree). Respondents (n=149) in their professional capacity are employees, different level managers in state and private organizations. The research does not include ordinary workers – unqualified or representatives of simple professions.

In order to interpret the results more deeply, one additional variable was used: the type of organization (state, private (owned by local entrepreneurs) and western-private ("western" owned or managed)). The questionnaires were anonymous, respondents did not risk being identified and it was also not necessary to fill the name of organization or city.

The highest average rating is for key tasks area – 5.3 for Latvia and 5.1 for Moldova. We can see that in 7 out of 8 groups' evaluations made by Latvian respondents are higher. It is possible to explain this trend with a longer experience and more intense movement towards the "western management style", but evaluations from Moldova are substantially higher in attitude towards change. It may show that right now Moldavians are more eager and ready to implement changes – because they clearly see what is done in some other (Baltic) post-soviet countries and success of their neighboring country Romania, the newest member of the European Union at the moment. For Moldova, there is a long way ahead if the country makes a clear decision to move towards the European Union, but the attitude towards change shows promising signs. Latvian result may be lower due to various reasons, but one of these – during past 20 years a lot of changes have been made (mostly – positive), but the recent crisis has hit Latvia hard, and together with some very disappointing government mistakes made in the recent past people may feel tired and not willing to change.

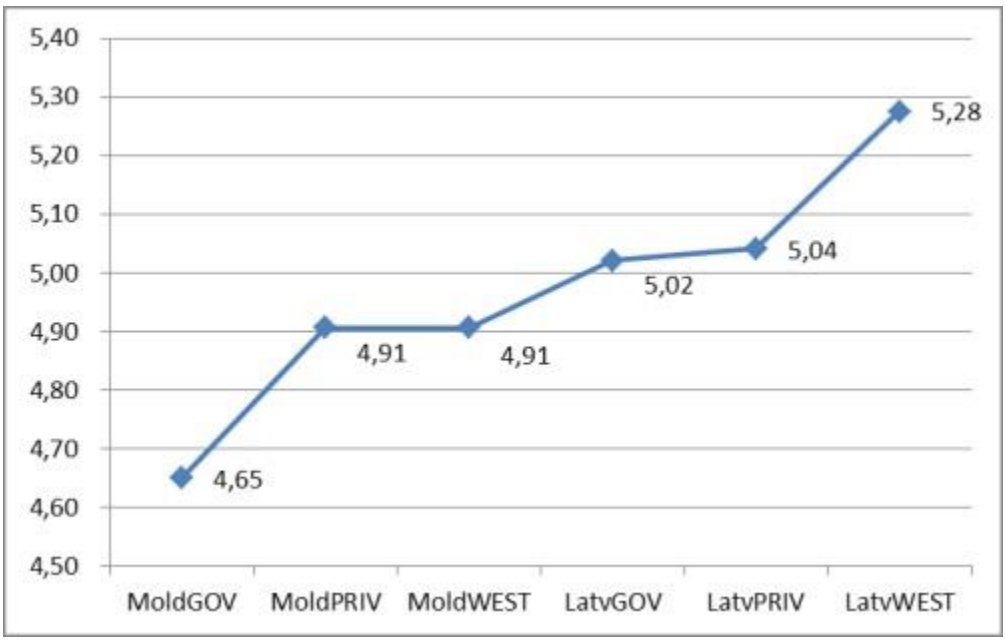


Figure 3. Average rating curve by type of organization and country

If we look at the average ratings based on organization type (state, private (owned by local entrepreneurs) and western-private ("western" owned or managed)), we can clearly see that the ratings in Moldova are lower across all groups (see Figure 3).

Difference is the lowest between overall evaluations in private organizations (0.11), and this is a positive signal. The highest difference is between "western" owned or managed organizations (0.37), and this may be explained in two ways:

1. there may be a bigger cultural difference between Moldavian employees and their western managers than in Latvia, because even during the Soviet era, the Baltic States had quite "western-like" thinking and more "westernized" management approaches used;
2. quite often, the western companies try to exploit new economies maximally before strict legislation practices are made by governments. And from this point of view, much more has been done in Latvia, and western companies must behave more like in their homeland.

In Moldova, there is a clear difference between evaluations of management methods used in governmental organizations (4.65) which is quite a low number and both kinds of private organizations – both get evaluation 4.91. The situation in Latvia is different – evaluations in governmental and locally owned private organizations are similar (5.02 and 5.04), while "western" organizations get a substantially higher evaluation – 5.28. The evaluations of governmental organizations also differ substantially – from 5.02 in Latvia to 4.65 in Moldova – there is a real place and need for improvements. From this point of view, we can conclude that foreign-owned companies in Latvia may be seen as initiators of the use of modern methods; and this trend in Latvia has been quite stable during the last 5 years as shown in research done by Kalve in previous years (see Kalve 2008, 2009, 2010).

When analyzing the answers to each of the questions, a Radar chart was made for convenience, moving right to get from the questions with the most varied answers to the least ones (see Figure 4). You can see the full questionnaire in Annex 1.

Figure 4 shows that answers to the individual questions are generally comparable and there is some dominance a (little bit higher evaluations) by Latvian respondents, but in some points the lines are crossing and Moldovan evaluations are higher or equal with Latvian ones.

The biggest difference is apparent in question 40 (people are always concerned to do a good job): 4.76 in Moldova and 5.9 in Latvia. This may correspond with findings of Gorton and colleagues: during the Soviet era, directors and workers derived mutual benefits from concealing true capacity, hoarding labor and just fulfilling the enterprise`s plan. In an environment of labor shortages and guaranteed markets, managers used informal mechanisms to reward and retain good workers given the absence of unemployment and meaningful wage differentials as mechanisms to discipline workers. This cultivated a paternalistic set of relations between enterprise managers and workers, which, it is argued, are being hollowed out of post-communist era. In Western market-based economies, the viability of paternalistic labor relations waned during the twentieth century as the state took on the role of providing universally available education, housing and health care, undermining the importance of company-based social services. (Gorton, Ignat, White, 2004)

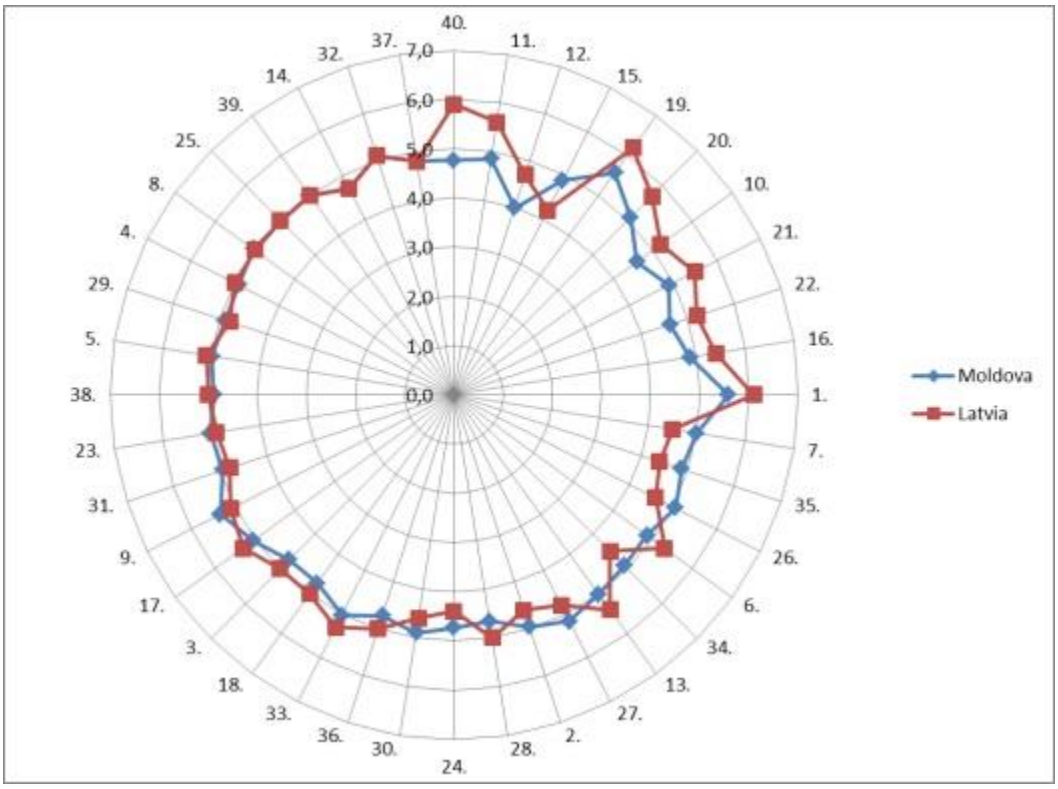


Figure 4. Evaluations sorted by difference and the country

In their research about Estonia and Belarus, Rees and Miazhevich also pointed out that their study reveals contradictory manifestations of mixtures of business norms in both Estonia and Belarus, which are conditioned by the merger of an autocratic bureaucratic soviet system with more participative and empowering forms of western management. The most persistent changes relate to moves from patriarchal and paternalistic types of relationship and low work motivation. (Rees, Miazhevich, 2009)

The second biggest difference (0.75) is in question 11 (I can always talk to someone at work if I have a work-related problem). It may show that people in organizations (all levels) do not understand the overall objectives or how their jobs fit into the whole company picture. They do not feel motivated by the work they do, partly, it appears, because of this latter problem. This finding has some connections with previous – employees in Moldova are not very interested in problem solving, looking for advice and getting it, they are concerned just about fulfilling everyday requirements and plans. This corresponds quite closely with the findings of Cotelnic and Jackson: Cooperation with foreign partners on international or domestic markets revealed discrepancies in knowledge of the local managers and those from the West. Another group of problems are similar to the ones in the West and deal with the changes which take place within organizations, the processes of globalization, and the implementation of modern communication technologies. Management professionalization – as a complex trend – involves essentially a change of vision and management approach that can synthesize the transition from traditional management into modern management (anticipatory, predictive, innovative, computerized, systemic, and international). (Cotelnic, 2011) Western managers and HR practitioners

who work with affiliates in non-Western emerging countries should particularly be aware of differences in “locus of human value”. (Jackson, 2002)

In order to better see the differences between the countries, we have created Figure 5. It does not contain the questions where the difference between respondents’ answers was less than 0.3 (there were 19 such questions); therefore Figure 5 contains 21 questions, which have been sorted from the largest to smallest difference. The first 13 questions had a higher rating from Latvian respondents, while the last 8 were higher rated in Moldova. You can see the full set of questions in Annex 1.

The dynamics of the curves are similar; it indicates similar tendencies and evaluations of situations. By investigating the questions with the largest difference between groups/areas, we came to the conclusion that Moldavian respondents highly value organizational structure and the attitude to change, while Latvian respondents value motivation, support from the management and leadership qualities. We have already interpreted the attitude towards change before, but the positive evaluation of organization structure in Moldova is something that requires additional research, as researches done in Latvia in organizational structure show that it has been seen as inappropriate for years (see Kalve 2008, 2009, 2010).

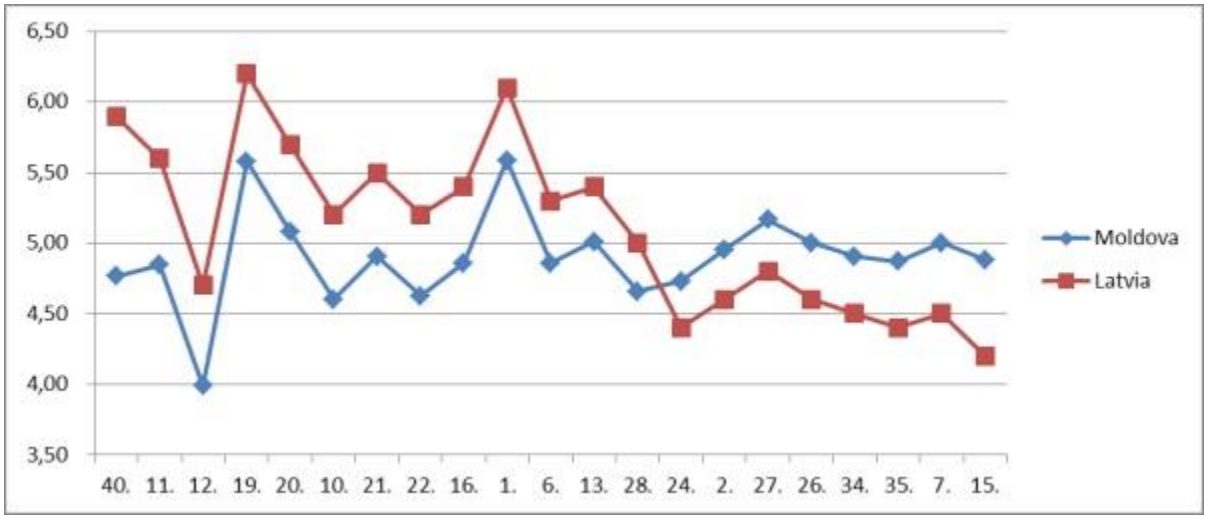


Figure 5. Major differences in evaluations

There is a large drop off in the answers to question 12 (The salary that I receive is commensurate with the job that I perform). The difference between the countries is 0.71, the respondents in Moldova being substantially unhappier. Latvia also has salary related problems, as researchers Vintisa and Kalviņa (they had 38 000 respondents) have found out when to the question “What aspects of the existing performance appraisal system should be improved?” the two dominant answers were: setting the pay level – 49%, planning of professional development – 44%. (Vintisa, Kalvina, 2011). Jackson also points out that a distinction has been made in the strategic human resource management literature

between hard and soft perspectives. The hard approach reflects a utilitarian instrumentalism. This sees people in the organization as a mere resource to achieve the ends of the organization. The soft developmental approach sees people more as valued assets capable of development, worthy of trust, and providing inputs through participation and informed choice. The two approaches are simply two poles of a continuum. (Jackson, 2002)

Even though the world is overwhelmed with the global scale finance crisis, people in organizations must be able to see and implement the novelties and innovative solutions in order to make their organizations competitive.

One of the ways to achieve the introduction of the changes in organizations is understanding the importance of the organization`s employees' professionalism and necessity for changes that include both the management competences and orientation in the social culture, the skill of the competitors` analysis and the assurance oriented towards the outcome.

Kulberga points out that the employees' education and training have to be considered both the lifestyle and a part of total corporative culture, but it is not the training just for the sake of a tick that has to be put just as a formal care of the employees' development. A continuous learning and education system as well as the implementation processes of novelties and improvements inside the company have to become a daily necessity, where the implementers of changes have to be assured not by words but by the achieved outcomes and their assessment. (Kulberga, 2011)

Conclusions

Changes are never easy, but Merell`s suggestions may be really worth of consideration and use in both countries: Manager`s job is to get the unwilling to do the impossible for the ungrateful. It is a fact that change is a constant reality for any organization trying to survive and thrive in these turbulent and uncertain times. Companies highly effective at both communication and other change management activities are 2.5 times as likely to outperform their peers that are not highly effective in either area. The best organizations also said their leaders inspired confidence in the change, creating clarity among employees and fostering a sense of community. Good communication during change fosters understanding, aligns the organization from top to bottom and guides and motivates employees. Learning activities can help push a change initiative along, and they are worth attention. Why? Employees need to have the knowledge and skills necessary to adapt to change. Setting clear, measurable goals up front will help an organization head in the right direction and use resources efficiently. When organizations involve their employees in the design and implementation of change, they are more likely to be effective at change management and less likely to face employee resistance to change. (Merell, 2012)

Since both authors of this article come from Universities, it was not difficult to agree that Universities have a very important role in educating the current and prospective leaders; therefore special attention should be paid to the development or actualization of the curriculum, because it, according to Love, is an instrument for changing student behavior; its objectives are statements of ways in which knowledge, cognitive abilities, skills, interests, values and attitudes of students should change if the curriculum is effective. Curricula must be understood as embracing and helping to transmit the dominant social,

political and economic values and priorities of a market economy – including assumptions about the nature of freedom, democracy and the social construct of Civil Society. (Love, 2006)

He also says, and the authors of this article wholeheartedly agree, that changes should start from within – from the staff and Universities: The faculties teaching economics and management would seem to be obvious candidates, or targets, for substantial change. Clearly, the changes in these faculties would involve their staff in re-writing old syllabuses or writing new ones – each on a focus, and a positive attitude, towards market economics and business. But how easy would it be for lecturers to re-orientate their values and beliefs to meet the demands of the new market-oriented economic systems? Under the old Soviet system of student learning and assessment, it was a common practice for the lecturer to dictate material that the student was expected to write down in detail. Then, to obtain a high grade in assessment, the student had to reproduce that material as near to the original as he or she could. There was little scope for students to demonstrate their individuality and intellectual imagination. But, of course, in the Soviet system such qualities as independent thought were not priority learning outcomes. Conformity of thought was the high priority. (Love, 2006)

The authors of this article met in autumn of 2012 when one of them (Kalve) spent a month, as part of the ERASMUS program, sharing her experience and knowledge with her colleagues in Free International University of Moldova. Since both authors represent private Universities, there were a lot of similarities, but a lot of differences were noticed as well, and they served as the basis of this pilot research and article. This collaboration should definitely be continued and expanded by getting more respondents in each country in order to see if the results of this research are a systemic tendency. The expanded research would not only let us understand the current situation and do some initial interpretation, similarly to how it has been done in this article, but it would also make it possible to create specific suggestions for both further collaboration and the recommended improvements in each country.

Bibliography

Battilana, J., Casciaro, T. (2012). Change agents, networks, and institutions: a contingency theory of organizational change. *Academy of Management Journal*, 2012, Vol.55, No.2, pp. 381–398.

Carnall, C. (2003). *Managing Change in Organizations*. Fourth edition. London: Prentice Hall.

Cotelnic, A. (2011). Management professionalization in Moldova: current status and future prospects. *Review of General Management*, June 1, 2011, Volume 13, Issue 1, pp. 89–94.

Gorton, M., Ignat, G., White, J. (2004). The evolution of post-Soviet labor processes: a case study of the hollowing out of paternalism in Moldova. *International Journal of Human Resource Management*, November 2004, Volume 15:7, pp. 1249–1261.

Jackson, T. (2002). The management of people across cultures: valuing people differently. *Human Resource Management*, Winter 2002, Volume 41, Issue 4, pp. 455–475.

Kalve, I. (2009). Inovāciju un radošuma veicināšana organizācijās (Encouraging innovations and creativity in organizations). *Proceedings of the X International Scientific Conference „Komunikācijas vadība informācijas sabiedrībā”*, organized by School of Business Administration Turiba, Latvia.

Kalve, I. (2008). Latvijas organizāciju gatavība zināšanu pārvaldības un inovatīvas darbības iespēju izmantošanai (Readiness for knowledge management in Latvian organizations). *Proceedings of the IX International Scientific Conference „**Darba tirgus sociālie un ekonomiskie izaicinājumi**”*, organized by School of Business Administration Turiba, Latvia.

Kalve, I. (2010). Vadības aktuālās problēmas – Latvija Eiropas un pasaules kontekstā (Current managementproblems in Latvia in the world and european context).*Proceedings of the XI International Scientific Conference „Cilvēks, sabiedrība, valsts mūsdienu mainīgajos ekonomiskajos apstākļos”*, organized by School of Business Administration Turiba, Latvia.

Kulberga, I. (2011). Professional competence of changes implementation in business management in Latvia. *Organizacijuvadyba: sisteminaityrimai*, 2011, Issue 57, pp. 51–62.

Love, C. Developing management education in the countries or the former Soviet bloc: critical issues for ensuring academic quality. *Innovations in Educations and Teaching International*, Vol.43, No.4, November 2006, pp. 421–434.

Merell, P. (2012). Effective Change Management: the Simple Truth. *Management Services*, Summer 2012, pp. 220–23.

Rees, C.J., Miazhevich, G. (2009). Socio-cultural change and business ethics in post-Soviet countries: the cases of Belarus and Estonia. *Journal of Business Ethics*, 2009, Volume 86, pp. 51–63.

Vintisa, K., Kalvina, A. (2011). Performance management of employees in public administration of Latvia and opportunities for its improvement. *Journal of Business Management*, 2011, No.4, pp. 185–192.

Annexes

Annex 1

The full questionnaire with questions in numerical order, average results by country and the difference

(Latvian average minus Moldovan average)

	Statement	Average Score		Diffe-rence
		Mold.	Latv.	
1.	I understand the objectives of this organization.	5,59	6,10	0,51
2.	The organization of work here is effective.	4,95	4,60	-0,35
3.	Managers will always listen to ideas.	4,74	5,00	0,26
4.	I am encouraged to develop my full potential.	4,92	5,00	0,08
5.	My immediate boss has ideas that are helpful to me and my work group.	4,99	5,10	0,11
6.	My immediate boss is supportive and helps me in my work.	4,86	5,30	0,44
7.	This organization keeps its policies and procedures relevant and up to date.	5,00	4,50	-0,50
8.	We regularly achieve our objectives.	5,04	5,00	-0,04
9.	The goals and objectives of this organization are clearly stated.	5,34	5,10	-0,24
10.	Jobs and lines of authority are flexible.	4,60	5,20	0,60
11.	I can always talk to someone at work if I have a work-related problem.	4,85	5,60	0,75
12.	The salary that I receive is commensurate with the job that I perform.	3,99	4,70	0,71

13.	I have all the information and resources I need to do a good job	5,01	5,40	0,39
14.	The management style adopted by senior management is helpful and effective.	4,69	4,70	0,01
15.	We constantly review our methods and introduce improvements.	4,88	4,20	-0,68
16.	Results are attained because people are committed to them.	4,86	5,40	0,54
17.	I feel motivated by the work I do.	5,05	5,30	0,25
18.	The way in which work tasks are divided is sensible and clear.	4,73	5,00	0,27
19.	My relationships with other members of my work group are good.	5,58	6,20	0,62
20..	There are opportunities for promotion and increased responsibility in this organization.	5,08	5,70	0,62
21.	This organization sets realistic plans.	4,91	5,50	0,59
22.	Performance is regularly reviewed by my boss.	4,62	5,20	0,58
23.	There are occasions when I would like to be free to make changes in my job.	5,02	4,90	-0,12
24.	People are cost conscious and seek to make the best use of resources.	4,73	4,40	-0,33
25.	The priorities of this organization are understood by its employees.	4,98	5,00	0,02
26.	There is a constant search for ways of improving the way we work.	5,00	4,60	-0,40
27.	We cooperate effectively in order to get the work done.	5,16	4,80	-0,36
28.	Encouragement and recognition is given for all jobs and tasks in this organization.	4,66	5,00	0,34
29.	Departments work well together to achieve good performance.	4,89	4,80	-0,09
30.	This organization’s management team provides effective and inspiring leadership.	4,89	4,60	-0,29
31.	This organization has the capacity to change.	4,94	4,80	-0,14
32.	The work we do is always necessary and effective.	5,11	5,10	-0,01
33.	In my own work area objectives are clearly stated and each person’s work role is clearly identified.	5,02	5,30	0,28
34.	The way the work structure in this organization is arranged produces general satisfaction.	4,91	4,50	-0,41
35.	Conflicts of view are resolved by solutions which are understood and accepted.	4,87	4,40	-0,47
36.	All individual work performance is reviewed against agreed standards.	4,72	5,00	0,28
37.	Other departments are helpful to my own department whenever necessary.	4,80	4,80	-
38.	My boss’s management style helps me in the performance of my own work.	4,88	5,00	0,12
39.	Creativity and initiative are encouraged.	5,01	5,00	-0,01
40.	People are always concerned to do a good job.	4,76	5,90	1,14

Annex 2

Questions sorted by their area, average results by country and the difference
(Latvian average minus Moldovan average)

	Area	Average Score		Difference
		Moldova	Latvia	Latvia minus Moldova
1.	Key tasks	5.20	5.33	0.13
2.	Structure	4.83	4.81	-0.02
3.	People relationships	5.01	5.16	0.15
4.	Motivation	4.70	5.04	0.34
5.	Support	4.90	5.08	0.18
6.	Management Leadership	4.77	4.96	0.19
7.	Attitude towards change	5.02	4.65	-0.37
8.	Performance	4.90	5.14	0.24

COMPETITIVENESS – A KEY TO BUSINESS VIABILITY

Cem Gucel, PhD
Turkish Armed Forces, Turkey

Suat Begec, PhD
Cag University, Turkey

Strele Iveta
Turiba University, Latvia

Whatever the size, enterprises is the driving force of economic growth in general. Policy makers in Europe and beyond its limits invest heavily to create a business-friendly environment and to ensure business viability. There is no single success formula for such a complex process like running of business activities or creating a quality business environment. Both, standards of quality requirements and quality criteria as such may vary in different contexts and under interaction of different internal and external factors, and change over time. This is why competitiveness should be taken into account as one of the key aspects of business viability when assessing the overall quality of business environment. The aim of the study is to explore – based on survey questionnaire data of 790 general managers of various enterprises – competitiveness as the core factor ensuring viability and quality of Latvian business environment, and to identify directions of business strategy decision-making which is important to enterprises, as well as provide information on the quality of the Latvian business environment to business policy makers, investors and the general public, both in Latvia and abroad. The task of the research is to analyze theoretical background of competitiveness, assess competitiveness of Latvian businesses, and analyze the obtained results. The study addresses and analyses the availability and usage efficiency of resources including human resources, physical resources, and financial resources, corporate strategies, internal and external communication networks, external environment effect on competitiveness, as well as the company's financial performance over its competitors. The study applies monographic, questionnaire survey and graphical method.

***Keywords**: competitiveness, business viability, factors affecting competitiveness, efficiency, management.*

Introduction

It is believed that business talent, human creativity, abilities and skills that can be used for business are inherent practically in all the world's nations. However, the fact how many or few companies, whether domestic or foreign market-oriented companies, and whether service or manufacturing companies will start and will be able to successfully develop their business in the specific country and time period, to a large extent will depend, first, on the ability of particular people to put creativity, skills and talent into practice. No less important are the so-called external factors, such as business law, access to finance, simplicity of bankruptcy procedure, the different levels of corruption is what is commonly referred to as business infrastructure quality. Considering those two factors as a whole: the quality of the general

business environment can be judged by the quality of business infrastructure and the human quality, i.e., business knowledge and skills of the current and prospective entrepreneurs, and their ability to employ these faculties in the business practice. In other words: what national or regional business viability is. In this context, the term “viability” has three main, complementary, meanings. First, the “viability” stands for the significance, importance, and the extent to which interaction of the above factors enable business to contribute to the overall national economic growth. Business contribution to economic growth, in turn, is closely related to another interpretation of the term “viability”: power, innovation, business health. It is about resources available to businesses, such as quality of human, physical and financial resources, corporate strategies, etc. factors as a whole directly responsible for business viability and ability to grow. Third, the “viability” is dynamic, the ability to change, adapt, and versatility. Given the above explanations of the term “viability”, the aim of the study is to explore competitiveness as the key factor determining the Latvian business environment. The main target audience of the study is general amangers and owners of 790 randomly selected companies, both – those who have already achieved remarkable success in the local and international markets, and those who have just started their activities. The study was conducted as phone interviews; information on companies was selected using ORDI database, which is maintained by BureauVanDijk. The methodology of this survey, including the questionnaire, was produced on the basis of the methodoly developed by Dr. Arnis Sauka (SSE Riga, Latvia), Prof. Dr. TomaszMickiewicz (University of London, United Kingdom) and Dr. UteStephan (Leuven Catholic University, Belgium). The survey was conducted using a questionnaire built of six sections.

The study applied monographic, questionnaire survey and graphical method.

1. Competitiveness of Enterprises

It is important to define what we mean by competitiveness, namely, the specific criteria that a competitive enterprise should meet. Business theories which are nothing but a carefully groomed corporate experience across a range of countries and time periods, do not provide a definite answer as to why a company will always be more competitive than others. It is only logical, because a company's competitiveness is affected not only by the specific factors, but also by the combination of these factors, which further depend on many other factors: such as the external environment, time, and success. Such combinations of factors, just like business processes in general, tend to be not only complex, but also not always logically explained.

Therefore competitiveness is not only hard to define, but also extremely difficult to measure: as is known, the know-how having brought success to some company might not be that useful to other companies due to various additional influential aspects. Business studies in various countries have identified a number of factors that, individually or by using different combinations, have the potential to promote a competitive business. These factors are summarized in Figure 1. The aim of this chart, like the aim of the study, is to identify the key factors in ensuring the competitiveness of enterprises. Presented in Figure 1, importance of the factors influencing the competitiveness may vary depending on, for example, the size or the field of activities of the enterprise. It is impossible to envelop assessment of all the factors listed in the Figure 1 in just one survey.

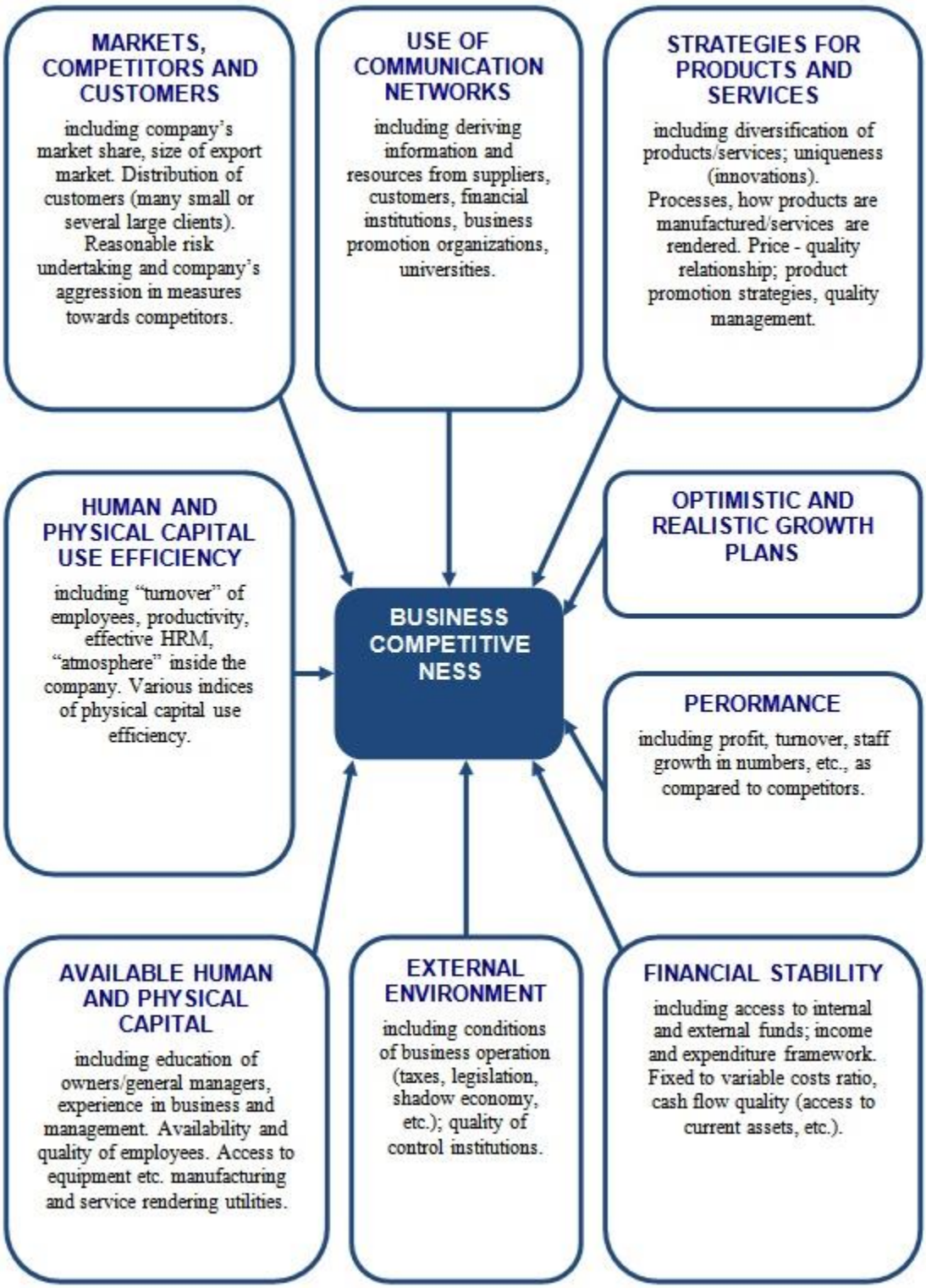


Figure 1. Factors determining business competitiveness.

Source: the authors based on review of entrepreneurship literature.

The study analyzed the most relevant factors influencing competitiveness of Latvian enterprises: availability and usage efficiency of resources including human resources, physical resources, and financial resources, corporate strategies, internal and external communication networks, external environment effect on competitiveness, as well as the company's financial performance over its competitors.

The section one of the guestionnaire consisted of several questions aimed at learning about quality of human resources available to a company, and the efficiency of how the company uses these resources to operate the business. Quality of human resources and usage efficiency thereof is, definitely, one of the most substantial factors in building competitiveness of any company. For example, a range of studies in various countries (Man et al, 2002; McKelvie & Davidsson, 2009) indicate that competitiveness of business depends directly on productivity, motivation and loyalty of employees available to an enterprise. Generating of new ideas often coming also from the companies' employees is one of the factors improving business competitiveness through providing of innovations (Subramaniam and Youndt, 2005). Similarly, skills of employees in rendering high-quality service to clients, and ability to sell products or services have direct effect on financial performance of the company (Hitt et al., 2001; Rauch, Frese and Utsch, 2005). Moreover, in order to ensure competitive business operations, especially for companies whose success is attributed to time-consuming and major investments in staff training, optimum employee rotation is fundamental (McKelvie and Davidsson, 2009). In the survey, general managers or owners of companies were offered to assess their employees on a 1-to-7 rating scale where "1" implied a very poor situation whereas "7" corresponded to a competitive company in terms of availability of human resources and efficient employment thereof. The section one of the questionnaire included also questions on staff training in the company, and we also asked general managers and owners of the companies to assess availability of other no less important resources, as well as information technologies and any technical equipment essential in ensuring the company's competitiveness. There is no doubt that people running the company, i.e. the owners and the managers, play a great role in ensuring of business competitiveness (Alvarez and Busenitz, 2001).

In order to better appreciate business competitiveness in relation to this aspect of human resources, a range of questions were included in the questionnaire to assess quality of the owners and the managers: degree of education, and the previous business experience. Many studies have revealed that higher level of education (Hambrick and Mason, 1984; Bantel and Jackson, 1989), and long- standing business experience (Helfat and Lieberman, 2002; King and Tucci, 2002) of owners and managers influence the company's performance and the company's competitiveness remarkably and positively (Davidsson, 2006; Gimeno et al, 1997).

The section two of the questionnaire addresses very important business processes ensuring business competitiveness, in a relative detail: corporate strategies. Based on competitive business theory of M.Porter, the questionnaire proposed company owners and managers to assess the corporate strategies regarding price leadership, distinction (i.e., offering of high value-added products or services) and focussing on specific target markets. Rating scale between 1 and 7 was used. The companies which appreciated their current business strategy toward the rating "7", as per the business theories, should be more competitive over the companies giving the rating closer to "1" (Knight and Cavusgil, 2005; Mudambi and Zahra, 2007; Hamermeshetal, 2002; Gilley and Rasheed, 2000). The guestions 5 to 7 of the survey questionnaire continue analysis of the corporate strategies from the so called aspect of

business orientation being a research tool widely employed in literature. This instrument is used to assess three business strategy elements fundamental for a company's competitiveness: innovations, undertaking risks, and proactivity in measures aimed at competitors (Covin and Slevin, 1989; Miller, 1983). As per earlier studies done in different countries (Baker and Sinkula, 2009; Huges and Morgan 2007; Kreiseretal, 2002; Moreno and Casillas, 2008; Short, et al., 2009; Rauch et al, 2009), the companies having their business oriented to innovations, taking risks and proactivity feature higher competitiveness, on the whole.

When analyzing competitiveness of a company, not only current achievements should be taken into account, but also ability of general managers and owners of the companies to assess and prevent the possible bottlenecks in the business operations (Man et al, 2002). The survey questionnaire included a question asking the respondents to assess business priorities in implementation of different processes substantial for business competitiveness. The survey questionnaire also included questions on the company's export volumes in order to explore the extent to which companies focus on domestic or foreign markets, which is another very important aspect of business competitiveness (Roper, 1998; Ibeh, 2003).

Beside the company's internal resources, a crucial role is played also by the extent to which the company is capable of outsourcing so that to implement a successful business strategy and thus raise competitiveness. As often as not, these are resources that are obtainable free of charge or through relatively little investment of funds and time. For example, such competitiveness-enhancing resources include information that companies can get from suppliers, customers, and competitors; cooperation with organizations engaged in promoting of business, such as generation of new contacts or entering new markets, collaboration with universities and research institutes for development of new, innovative products and services, etc. (Robson and Benett, 2000; Hoang and Antoncic, 2003; Greve and Salaff, 2003). With a view to find out the extent to which Latvian companies use a variety of communication channels, which, in turn, eventually provide access to various resources enhancing competitiveness, the questionnaire included also a section: Communication Networks.

While highlighting the role of human resources, business strategy and communication networks, one should not forget one of the most important aspects to ensure any business activities and competitiveness – access to funds and efficiency of spending thereof (Pissarides, 1999; Bechetti and Trovatto, 2002; Bougheas, 2002). This factor of business competitiveness is analyzed in detail in the section four of the study questionnaire.

The section five of the questionnaire provides assessment of external environment factors affecting business competitiveness, namely, the extent to which business owners and managers consider that the markets in which the company is engaged are favourable for business activities (Dess and Beard, 1984; Miller and Friesen, 1982). Whereas, in the section six, the company owners are asked to assess growth of the company: both from financial and social aspect, thus showing the extent to which the particular company has been able to create value for themselves and for environment by the current resources, and how good the company was in this field in comparison with competitors (Sauka, 2008).

2. Major Factors Affecting Competitiveness of Latvian Companies

2.1. Human Resources and Efficiency Thereof

Most entrepreneurs, regardless of the company's size or the sector they represent, would agree that employees are the bedding of business success and competitiveness. Summarized results of the study reveal that, all in all, general managers and owners of Latvian companies are rather satisfied than dissatisfied with the quality of their staff. Such crucial aspects of business competitiveness like willingness of employees to stay long-term with the company, product and service selling skills, serving to clients, generating new ideas, staff productivity, motivation to work as well as loyalty were rated between 5.9 and 6.2 within the 1-to-7 scale (where "7" stands for highly competitive quality of human resources). Probably, one of the most effective ways to improve and sustain a sufficiently high quality of staff is investing in staff training. The survey's results show that, in this respect, Latvian companies are fairly active, i.e., something over a half of the surveyed companies have provided training to their employees during the recent year with a goal to improve their skills in production of goods and providing services.

Earlier business studies indicate that, beside the staff efficiency, also the degree of education and previous business experience of owners and general managers of the companies play a great role in ensuring of business competitiveness (Alvarez and Busenitz, 2001; King and Tucci, 2002). These two factors are vital to micro- and small enterprises where owners and managers of the company are the only available human resources. Despite the different roles of the owners and the managers, there is no doubt that education and skills of general managers of the companies are very important also in large enterprises. Results of the Latvian business competitiveness survey, like other studies conducted in Latvia (Sauka, 2008; Baltrušaityte-Axelson, et al, 2008), indicate a high, and even very high educational level of company managers. Almost 60% of the surveyed owners and managers of Latvian companies have a Bachelor's Degree, while 28% thereof have Master's Degree. In interpreting this result, one should take into account also the quality of the obtained education, which, in turn, cannot be properly evaluated in this type of study, when company managers and owners are interviewed. As regards experience of managers and owners of Latvian companies, the survey results indicate that 49% of the surveyed respondents have had been engaged in business or business administration also before starting the particular business. Giving that such experience (either good or bad) usually serves as a basis for successful future business, especially when market and rules of the game have been defined, or even funds have been raised and contacts have been collected (see Helfat and Lieberman, 2002), a conclusion can be drawn that background of Latvian entrepreneurs is sufficient at least, so one can hope for competitive performance of the current businesses.

2.2. Business Strategies

A strategy, first of all, is related to customer care – the main source of income for the business. It is reasonable to assume that, especially for those companies whose material base is not sufficiently stable, it is too risky to focus on just one or two major customers in order to share optimal risks, especially in the long run (Simon, 2011; Roper, 1999). In such cases, the focus on narrow circle of large companies most often implies also bulky orders. However, this is why small and medium sized enterprises, especially, have to reckon with strong dependence on very specific requirements of such clients as well

as changes in these requirements, for instance, due to changes in market conditions, or as a result of technological progress, etc., that often may lead to bankruptcy.

Although business theories do not give a clear answer as to the optimal amount of clients to be served, however, business growth, especially in the long run, largely depends on orientation of business strategies to small yet relatively many clients. Experience of many companies show that such a strategy provides more stable and predictable income and, in the case of small and medium sized enterprises, it can ensure building a sufficient resource base so that to eventually afford taking a risk in working with large, and even very large customers (Zahra and Covin, 1993; Sauka, 2011; Simon, 2009).

Results of survey on Latvian business competitiveness reveal that, on the whole, Latvian entrepreneurs are found to be in the middle in terms of choosing the element of this strategy (rating of 4.5 out of 7), which, conditionally, may be considered as relatively good. All in all, the Latvian companies take care of their existing customers. According to the survey, the majority of customers of Latvian enterprises are regular customers (rating 5.9 out of 7), that is, of course, essential to sustain competitiveness of the companies.

Business theories also point to the fact that, especially in the long run, one of the elements raising competitiveness is the ability to diversify the range of the offered products or services (Wright et al, 1995; Simon, 2009). A number of success stories, including Latvian companies working in international markets (Sauka, 2011; Sauka and Welter, 2011), demonstrates that through diversifying the range of products the companies are able to be independent from drop of sales of one product, which, of course, is essential to raise competitiveness. According to evidence of Latvian business competitiveness survey, Latvian companies, in general, show just a slight trend to opt for a business strategy built on diversified range of products and services (rating 4.8 out of 7).

Experience of entrepreneurs gathered from various earlier studies also indicate that the most successful, fastest-growing companies are those who, instead of “trying to serve all”, focus on and are able to become leaders in a relatively small market segments or niches (Simon, 2009, Sauka and Welter, 2011; Sauka, 2011). Focusing on specific market segments generally provides a better contact with clients, and thus a better knowledge and understanding of clients' needs and the opportunity to meet them, which, undoubtedly, is one of the prerequisites for a competitive enterprise. M. Porter defines such business strategy orientation as “focus strategy”, which, according to Porter (1990), is regarded as one of the three possible success strategies for business competitiveness. In turn, the results of survey on Latvian business competitiveness show that the strategy of Latvian businesses is also based on a slight inclination to focus on the target market segments (rating 5.2. out of 7).

In addition to “Focus Strategy”, the study also included two other strategic elements, very important for business competitiveness: cost optimization and focus on developing of high value-added products or services. M. Porter defines such business strategy focus as “price leadership” and “distinction” where the first case, companies would endeavor to take all possible measures to reduce the cost of goods or services, thus ensuring competitiveness through either lower prices or higher profits. In case of “distinction”, in turn, competitiveness of enterprises will be based on products or services, preferably hard to copy or replace, with comparatively high added value for which the customer would be willing to pay a higher price (Porter, 1990).

As per results of Latvian business competitiveness survey, judging by the average indices, Latvian companies do not tend to use either “price leadership” or “distinction” strategy very strongly. The average rate of cost optimization elements such as outsourcing, standardization of products, and increasing of production capacities, range between 4.3–4.6 out of 7. Moreover, companies do not strive to offer high value-added product or service (only 3.6 out of 7). Thus, taking into account the average indices, it can be concluded that companies are likely to choose “something in between” these two strategies without strong focus on either the price leadership or generating of high added value.

However, in order to draw these conclusions one cannot rely just on the average rates. It is important to know how the particular rate forms, and this, in turn, requires an in-depth data analysis. This data analysis is important because the average rate allows judging on corporate strategies on the whole, rather than identifying which particular strategies are chosen to be implemented to a greater or lesser extent by certain surveyed groups of enterprises.

Data gathered in analysis of individual groups of enterprises, shows that approximately the same number of surveyed Latvian companies choose or are forced to combine a relatively high cost with low value-added products or services offered on the market (the “cost leadership” and “high added value” was appreciated between 1 and 3), or to combine average costs with an average added value (both aspects of the strategy were rated at 4). It, definitely, cannot be spoken of highly competitive business operations either in one or the other case, but especially in the case when a part of a company works with high costs while offering low added value.

One third of the Latvian companies, however, prefer to offer products of a relatively high added value at low cost. Although, according to M. Porter, choosing combination of these strategies, i.e. “distinction” and “price leadership”, is not desirable and, in the long term, can lead to a decline in the business competitiveness, the market, however, witnesses cases when companies are able to achieve very successful results by offering high quality products at low cost (Sauka, 2011).

As per summary of the survey results, Latvian companies able to offer high added value at low costs are in the minority as compared with the two other above-mentioned groups of companies. In general, the study results suggest that, although some companies tend to use benefits of the “focus strategies”, and give a relatively better assessment of the quality of available human resources and access to physical resources, competitiveness of Latvian enterprises can not be regarded as positive due to disequilibrium of the costs and added value. The reason does not lie in “voluntary choice” of the companies, but rather in application of such strategies “under compulsion”, as soon. The cause of high-costs, regardless of the added value of the products, might not be inefficiency of entrepreneurs in operating their businesses, but rather high production and service costs resulting from, for instance, technologies, buildings, etc. acquired at high prices between 2006 and 2007.

In addition to the above factors affecting competitiveness of Latvian enterprises, the survey questionnaire also included some other element essential for business competitiveness – “business orientation”. Business orientation is a tool combining three strategic dimensions vital to successful operation of companies, allowing measuring the extent to which companies focus on innovation, performance, risk-taking, and proactivity. A number of studies conducted in different countries prove that companies which are more innovative, take higher risk yet a well-considered risk at the same time,

and are more active in their measures towards competitors, show much better performance and hence are more competitive (Moreno and Casillas, 2008; Short, et al., 2009; Rauch, et al, 2009).

According to the results of Latvian business competitiveness survey, the overall rate of innovativeness of Latvian companies, fluctuate between 3.4 – for ability of the companies to create new, unique production processes and methods, as well as fundamental changes in the products or services, and 3.9: introduction of new products or services, in 1–7 rating scale, where "7" stands for an innovative company. Consequently, taking into account the results of the study (the average index), the general innovation level of the Latvian entrepreneurs can be regarded as slightly below the average rate that is less than 4, in 1–7 rating scale.

Similarly to the cases of companies' price leadership or distinction strategy, it is essential to understand how this average rate forms, too. It is important to understand whether the innovation rate of the majority of Latvian enterprises is really close to the mark 4, or the average index emerges when a part of the Latvian entrepreneurs assess the level of innovation close to the mark 7, and as many again appreciate the same close to 1.

The survey procides the answer to this question by showing the following trends: first, as regards introduction of new products, a large majority of Latvian companies evaluate this indice at either "1" (very low innovativeness, about 27% of respondents) or "5" or "6" (relatively high innovativeness, 17% and 23%, respectively). Therefore, it can be concluded that, for introduction of new products, the vast majority of Latvian companies are relatively innovative.

According to the results of this survey, similar average rates, like in the case of the company's innovation, are shown in terms of risk-taking aspect of business orientation, that was rated between 3.5 and 3.6 in the 1–7 rating scale. A slightly better average index (i.e. 4, within the 1–7 scale) is reached only in relation to the question, "the company aims to be ahead of the competitors by introducing new ideas and products."

Having analyzed how the average index arises, we conclude that, in contrast to innovativeness, risk-taking factor of business orientation does not approach typically to either "1" or to "7" for the Latvian companies. Rather, the assessment is focussed closer to the mark "4" with tending towards 1–3 of the scale. Similar conclusion with regard to the assessment of the concentration around the mark "4", can also be drawn in terms of the proactivity factor of business orientation, where the assessment tends towards direction of 5–7 a little. Although this result, definitely, can not be considered as a strongly negative one, unfortunately, as demonstrated by experience of other countries (Rauch et al, 2009), it neither can be spoken of high competitiveness (in this case, for a Latvian company) at such orientation of the strategy. Thus, in accordance with the results of the Latvian business competitiveness survey, it would be suggested for Latvian companies to reconsider that it would be worth taking a little more risk and be more aggressive in competitors-oriented activities to improve the company's position in either domestic or foreign markets.

In addition to the assessment of current strategy, the general managers and owners of the companies were also asked about the main priorities, which, to their opinion, the business should implement in order to compete effectively in the market. Summary of the responses reveales that the Latvian entrepreneurs think, the most important priority is to increase profits (5.8 out of 7), increase sales in the

Latvian market (5.2 out of 7), reduce costs (5.0 out of 7), improve product or service quality (4.8 out of 7).

Finally, when analyzing corporate strategies, certainly, orientation of the companies to foreign markets, i.e. export volumes, cannot be omitted. The responses to this question of the survey suggests that 12–13% of Latvian companies are exporting between 5–25%of total sales, and as many again, i.e. 26–50% of total sales. For their part, ca. 6% of the respondents achieve export volumes up to 51–75% (6.1%) and 76–95% (6.4%). Admittedly, this looks like a very good and promising trend for business competitiveness. Therefore, according to the results of the Latvian business competitiveness survey, in relation to other elements of the business strategy, both thefocus on "price leadership" or "distinction" and "risk-taking" and "proactivity" – at least for a part of the Latvian companies it would be particularly appropriate to review these strategies, thus increasing opportunity of successful competing in the export markets, too.

2.3. Communication Networks

As is known, internal resources of a company, especially for small and medium sized enterprizes, are vcery limited pretty often. This is why successful companies attract different resources so as to compete on the market more effectively, moreover, the outsourcing is done at minimum investments, or without any pay at all. One of the not only most effective, but also the cheapest ways to involve the external resources required for competitiveness is to use successfully the contacts available to the company, in other words, communication networks.

The communication networks can be used in order to obtain very diverse types of resources important for company's competitiveness (Malecki and Veldhoen, 1993; Simon, 2009). For example, successful and fast-growing companies across different coutries, including Latvia, have proved that a useful and often free information on the possible market trends such as products which are in demand or slow-moving in particular markets, "fresh winds" in relation to products, services, etc., can be derived from suppliers, customers, and competitors, too (Simon, 2009; Sauka and Welter, 2008; Sauka, 2011). As summary data of the Latvian business competitiveness survey shows, Latvian entrepreneurs do not tend to actively use neither this one (the average rate 3.9–4.4 out of 7), nor other communication networks. According to the survey results, the Latvian companies are especially inert in: cooperating with business incubators (1.6 out of 7), universities and scientific insitutes (1.4 out of), which could be potentially used as a resource to introduce an innovative, competitive product or service; cooperating with business promotion organizations – both public agencies (such as the Investment and Development Agency of Latvia) (1.9 out of 7), and non-governmental organizations (such as the Latvian Chamber of Commerce and Industry) (1.7 out of 7), which, for their part, might be used not only to influence business policy processes in the country (e.g., business legislation), but also to develop in foreign markets. The surveyed Latvian companies cooperate markedly little in free or cheap outsourcing with municipalities (1.9), banks and other financial institutions (2.5 out of 7), as well as friends and the family (2.5 out of 7). Relatively more, like in the case of customers, competitors, and suppliers, the Latvian companies used business press (4.2 out of 7) and the Internet (5.4 out of 7) to gather information vital to their businesses.

2.4. Financial Resource

In order to introduce competitive strategies, definitely, it is not enough just to use free or relatively cheap cost of communication network. Very important role in making use of business competitiveness, of course, is played by financial resources available to companies. According to data of Latvian business competitiveness survey, Latvian entrepreneurs evaluate access to financial resources as slightly above average. However, looking at the distribution of responses across company groups, it can be concluded that a slightly higher proportion of the surveyed Latvian entrepreneurs are satisfied with the availability of financial capital. According to the study results, about 50% of the surveyed companies rated access to the financial capital between 5 and 7 points (where "7" stands for fully sufficient access to financial resources). In turn, the assessment stood between 1 and 3 for slightly over 30% of the respondent companies. Although at large, this is certainly not a good index, it cannot spoken of Latvia as a business environment in which companies would have good access to the necessary financial resources; however, it should be admitted that, in the face of the general situation in the Latvian economy, this result should not be regarded as bad. The Latvian business competitiveness survey also included a question so as to measure whether the Latvian companies are able to make efficient use of the available finance capital (as well as human resources, physical resources, strategy, etc.) to gain profit. There was a desire to find out what is done with this profit. In relation to these indicators, the survey results are relatively good. Slightly over 72% of the interviewed entrepreneurs revealed that they had made profit the previous year. Moreover, about 70% of these companies reinvested the entire profit back into the business, which is clearly indicative of a long-term vision and that can attract the Latvian and foreign investors and prospective cooperation partners.

2.5. External Environment Impact

The research results indicate that, all in all, the surveyed entrepreneurs do not assess the impact of external environment on the business competitiveness either positively or negatively. Taking the average, we can conclude that the Latvian entrepreneurs consider that the effect of the external environment is neither too burdensome, nor threatening, nor contributing to business (rate 3.6–4.0 of 7). Looking at the results of the study in a bit more detail, however, we see that a slightly higher proportion of entrepreneurs consider the market risky, since each decision can be crucial, (i.e. ca.22% and 36% of respondents assess this aspect, respectively, at "2" and "3"). A similar bad trend is also shown in entreprenuers' assessment of the dynamic nature of the market, inconsistency; most entrepreneurs also tend to see the market as ill-disposed, where it is hard to survive.

According to the results of this survey, there is a relatively little positive trend observed in Latvian entrepreneurs' assessment of the market situation in terms of market growth in demand for products offered. However, despite the worse trends above, about half of respondents hold the view that the market has the potential, i.e., there are increasing business growth opportunities.

2.6. Business Activities Compared to Competitors

The owners and general managers of the companies were asked to assess performance of their business in comparison with the major competitors in the industry. The entrepreneurs were prompted to make such a comparison for the three key business performance indicators: profits, turnover and number of employees, as well as exports volume and value of investments made into the business.

The surveyed Latvian entrepreneurs assess their operations quite a bit below the average as compared to the competitors (3.7–3.9, depending on the performance indicator). So, judging by the average rating, Latvian entrepreneurs are doing no better or worse than competitors, on the whole. After analysis of the results in a little more detail, it appears that the majority of respondents (39–41%, depending on the performance indicator) put their activity on a scale of "3" compared to the competitors – so they still believe that competitors are better. This result of the study on competitiveness of Latvian enterprises, certainly, raises the question: what these companies are: Latvian or foreign ones, large or small ones, which, according to the respondents, outrival them. Unfortunately, the study on competitiveness of Latvian enterprises does not give an answer to this question. This is why the authors of the present study hope that other researchers will also focus on these and other issues related to detailed cognition of factors affecting competitiveness of Latvian enterprises.

Conclusions

A sign of business vitality is, undoubtedly, the willingness to adapt and change. Nowadays, when everything can be copied, one must constantly seek for its own distinguishing mark and be one step ahead of their ideas, innovations, and with service. In circumstances of severe competition, Latvian entrepreneurs therefore need to be particularly vital – to increase their productivity, competitiveness, recognizability, conquer new markets, and expand the range of partners to attract foreign capital and support of prospective investors in order to increase their own attractiveness and make contribution to the business environment in general.

The survey showed that Latvian companies so far have not sufficiently clearly defined their strategy for price leadership and generating of a high added value. The companies choose something in between, a combination of relatively high cost and manufacturing of low value-added products, thereby virtually excluding significant opportunities to compete globally.

Studies indicate that the Latvian manufacturers assess their competitive capacity higher than service providers and traders do. Competitiveness of manufacturers is based primarily on more successful choice of business strategies. Manufacturers have a wider range of regular customers, a diversified choice of products; and manufacturers appreciate their level of innovations at about 23% higher than other companies. Manufacturers have proved their greater willingness to take risks and to make efforts to stay ahead of their competitors.

Fear of risk, unwillingness to cooperate, a clear focus on a single business strategy, as well as lack of innovative products and too high costs of relatively low value-added products prevent Latvian companies from achieving the desired results in the competitive rivalry.

The cause of high-costs, regardless of the added value of the products, might not be inefficiency of entrepreneurs in operating their businesses, but rather high production and service costs resulting from, for instance, technologies, buildings, etc. acquired at high prices between 2006 and 2007.

Latvian entrepreneurs are well-educated – nearly 60% of the respondents have a bachelor's degree, but 28% have master's degree, while 40% have previous business experience. Similarly, the entrepreneurs highly appreciate the skills of employees to sell products and services, to serve customers, their

involvement in promotion of new ideas, as well as productivity, motivation to work and loyalty, the total assessment standing at 5.5 points out of 7.

40% of entrepreneurs assess their individual performance as innovative, but all in all Latvian companies' ability to innovate by creating new, unique production processes through introducing of new products or services, or making any significant changes, were rated as mediocre. Similarly, Latvian entrepreneurs are modest and self-critical at comparing their activity with a competitor performance. The most frequently – 40% of the cases – the entrepreneurs' self-assessment was rated at 3 out of 7 points, considering that competitors work better.

Prudential sobriety also characterizes Latvian entrepreneurs when it comes to taking risks, introducing new ideas and products proactively thus attempting to beat their competitors. We cannot speak of high competitiveness at such orientation of a strategy, so it would be recommended for Latvian companies to reconsider that it would be worth taking a little more risk and be more aggressive in competitors-oriented activities to improve the company's position in either domestic or foreign markets.

Rooted in farmsteads, Latvian entrepreneurs are conspicuously passive in using the available contacts and communication networks, which is not only the most effective but also the least expensive ways to attract the necessary external resources for competitiveness. Latvian entrepreneurs derive information on business processes mainly from the Internet and the business press, virtually ignoring the opportunities they could take advantage of in collaboration with business laboratories, universities, and research institutes, local governments, public and non-governmental organizations engaged in business promotion.

Availability of physical resources, such as information technologies, diverse manufacturing equipment was rated as very good by entrepreneurs (5.7 out of 7 points). Similarly, the lack of financial capital is not a significant obstacle to business competitiveness. Although, on the whole, entrepreneurs appreciated it just at 4.3 points, showing that there is still much to be done by policy makers and financial institutions in this field, yet nearly 50% of the surveyed companies assessed financial capital availability as very good, giving 5 to 7 points.

In the section of the survey on environmental impact, 58% of Latvian entrepreneurs assessed the market of their activity as risky where each decision can be crutial. The bulk of the entrepreneurs also admit that the market should be assessed as ill-disposed because it is hard to survive there. At the same time, nearly a half of the respondents noted that the market has a potential, and business growth opportunities increase there. The entrepreneurs tend to expect growing demand in the goods they produce.

In 2012, 72% of Latvian enterprises were able to work with profit. Over, 50% of Latvian enterprises export at least a part of their goods, inter alia, over 16% export at least a half of the produced goods – this is indicative of positive trends and long-term approach to business. The survey shows that increasing of profit will be the priority for Latvian entrepreneurs also in the future (5.8 out of 7 points). Entrepreneurs hope to increase sales on the Latvian market (5.2 points), as well as to reduce costs (5 points) and to improve quality of their products and services (4.8 points).

Bibliography

Alvarez, S., Busenitz, L. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27, pp. 755–775.

Baltrušaityte-Axelson, J.,Sauka, A.,Welter, AF. (2008). Nascent Entrepreneurship in Latvia. *Evidence from the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics 1st wave*. Riga: Stockholm School of Economics in Riga.

Baker, W., Sinkula, J. (2009). 'The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses', Journal of Small Business Management, 47, pp. 443–464.

Bantel, K. and S. Jackson (1989). 'Top management and innovation in banking: does the composition of the top management team make a difference? *Strategic Management Journal*, 10, pp. 107–124.

Becchetti, L., Trovato, G. (2002). The determinants of growth for small and medium sized firms. *The role of the availability of external finance. Small business Economics*, 19, pp. 291–306.

Bougheas, S. (2004). Internal vs external financing of R&D. *Small Business Economics* 22, pp. 11–17.

Covin, J., Slevin, D. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10, pp. 75–87.

Davidsson, P. (2006). Nascent entrepreneurship: empirical studies and developments. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 2, pp. 1–76.

Dess, G., Beard, D (1984). Dimensions of organizational task environments, *Administrative Science Quarterly*, 29, pp. 52–73.

Gilley, K., Rasheed, M. (2000). Making more by doing less: an analysis of outsourcing and its effect in firm performance. *Journal of Management*, 26, pp. 763–790.

Gimeno, J., Folta, T., Cooper, A., Woo, C. (1997). Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms. *Administrative Science Quarterly*, 42, pp. 750–783.

Greve, A., Salaff, J. (2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall

Hambrick, D., Mason, P. (1984). Upper echelons: the organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9, pp. 193–207.

Hamermesh, R., Marshall, G., Pirmohamed, T. (2002). *Note on business model analysis for the entrepreneur*, 20, 2011, from Harvard Born Globals 38/50 Business Review:
http://hbr.org/product/note-on-business-model-analysis-for-the-entreprene/an/802048-PDF- ENG

Helfat, C. (1997). Know-how and asset complementarity and dynamic capability accumulation: the case of R&D. *Strategic Management Journal*, 18, pp. 339–360.

Hitt, M., Bierman, L., Shimizu, K., Kochhar, R. (2001). Direct and moderating effects of human capital on strategy and performance in professional service firms: a resource based perspective. *Academy of Management Journal*, 44, pp. 13–28.

Hoang, H. and Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship. A critical review. *Journal of Business Venturing* 18, pp. 165–187.

Hughes, M., and Morgan, R. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36, pp. 651–661.

Ibeh, K. (2003). Toward a contingency framework of export entrepreneurship: conceptualisations and empirical evidence. *Small Business Economics* ,20, pp. 49–68.

King, A. and Tucci, C. (2002). Incumbent entry into new market niches: the role of experience and managerial choice in the creation of dynamic capabilities. *Management Science*, 48, pp. 171–186.

Knight, G., and Cavusgil, S. (2005). A taxonomy of born global firms, *Management International Review*, 45(3), pp. 15–35.

Kreiser, P., Marino, M., Weaver, K. (2002). Assessing the psychometric properties of the entrepreneurial orientation scale: A multi-country analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, pp. 71–94.

Malecki, E. and Veldhoen, N. (1993). Network activities, information and competitiveness in small firms, Geografiska Annaler. *Series B, Human Geography*, 75,(3), pp. 131–147.

Man, T.,Lau,T., Chan, K. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises. A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17, pp. 123–142.

McKelvie, A., Davidsson, P. (2009). From resource base to dynamic capabilities: an investigation of new firms. *British Journal of Management*, 20, pp. 63–80.

Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29, pp. 770–791.

Miller, D., Friesen, P. (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum. *Strategic Management Journal*, 3, pp. 1–25.

Moreno, A., Casillas, J. (2008). Entrepreneurial orientation and growth of SMEs: A causal model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, May, pp. 507–528.

Mudambi, R., Zahra, S. (2007). The survival of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 38(2), pp. 333–352.

Pissarides, F. (1999). Is lack of funds the main obstacle to growth? EBRD's experience with small- and medium- sized businesses in Central and Eastern Europe, *Journal of Business Venturing*, 14, pp. 519–539.

Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

Rauch, A., Frese, M., Utsch, A. (2005). Effects of human capital and long-term human resources development and utilization on employment growth of small-scale businesses: a causal analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, pp. 681–693.

Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, T., Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, May, pp. 761–787.

Robson, P., Benett, R. (2000). SME growth: The relationship with business advice and external collaboration, *Small Business Economics*, 15, pp. 193–208.

Roper, S. (1998). Entrepreneurial characteristics, strategic choice and small business performance. *Small Business Economics*, 11, pp. 11–24.

Sauka, A. (2011, forthcoming). *Latvian Hidden Champions. In H. Simon (Ed.) Hidden Champions from Central and Eastern Europe in Dynamically Changing Environments*. Emerald.

Sauka, A. (2008). *Productive, Unproductive and Destructive Entrepreneurship: A Theoretical and Empirical Exploration*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.

Sauka, A. and Putniņš, T. (2011). *SSE Riga "Shadow Economy Index" for the Baltic countries.* Riga, Latvia: Stockholm School of Economics in Riga. http://www.sseriga.edu.lv/hadow-economy-index

Sauka, A. and Welter, F. (2011). *Mentalities and Mindsets – The Difficulties of Entrepreneurship Policies in the Latvian Context. In F. Welter and D. Smallbone (Eds.)*

Handbook of Research on Entrepreneurship Policies in Central and Eastern Europe. Cheltenham: Edward Elgar.

Sauka, A., Welter, F. (2008). *Taking Advantage of Transition: The Case of Safety Ltd. in Latvia*. In Aidis, R.; Welter, F. (Eds.) 'The cutting edge: innovation and entrepreneurship in new Europe'. Cheltenham: Edward Elgar

Short, J., J. Broberg, C. Cogliser and K. Brigham (2009). *Construct validation using computer- aided text analysis (CATA): An illustration using entrepreneurial orientation*. Organizational Research Methods: doi 10.1177/1094428109335949

Simon, H. (2009). *Hidden Champions of the 21st Century. Success Strategies of Unknown World Market Leaders*. New York: Springer

Subramaniam, M., Youndt, M. (2005). 'The influence of intellectual capabilities on the types of innovative capabilities. *Academy of Management Journal*, 48, pp. 450–463.

Zahra, S., Covin, J. (1993). Business strategy, technology policy and firm performance. *Strategic Management Journal,* 14, 451–478.

Wright, P., Perris, S., Hiller, J., Kroll, M. (1995). Competitiveness through management of diversity: effects on stock price valuation. *Academy of Management Journal*, 38, (1), pp. 272–287.

IESKATS PUBLISKĀS KORPORĀCIJAS JĒDZIENA JURIDISKAJĀ IZPRATNĒ UN TO EKONOMISKĀ NOZĪME MŪSDIENĀS

INSIGHT INTO THE LEGAL CONCEPT OF PUBLIC CORPORATION AND ITS ECONOMIC MEANING NOWADAYS

Ernests Saulītis
Biznesa augstskola Turība, Latvija

In the context of the article devoted to a public corporation the author refers to the concept of a public person created and controlled by this entity. Public corporations have the essential features of the organizational separation from a public person by which it is established and its purpose – most often to provide service of a general economic interest to the society. Thus, public corporations are the instrument with the help of which aims are enforced in public without the use of sovereign power. Public corporations, in whatever form they are, are made legally; on the basis of a special legal act. This is due to the fact that the corporations take control exclusively over the essential economic resources and they commit an action which is not typical of public authority. Intervention in economic processes is justified for the interests of the society. However, such an action is based on the public power and its use. As various historical experience shows, public provision of services to the society may be excluded from the economic cycle effectiveness, efficiency and competition. To restore the normal economic cycle, it is necessary to carry out the privatization of the public corporations. One of the modern trends is transforming a public corporation into private legal enterprises, the activities of which are based on considerations of economic efficiency. This leads to tension and confusion in the society, because the public property will be used for profit, not for the common interest. Consequently, these trends create new challenges to harmonise economic efficiency and the public interest.

***Keywords**: public corporations, public person business activities, common interest, general economic interest.*

Ievads

Avotos nav konstatējama vienota publiskas korporācijas jēdziena juridiskā un ekonomiskā izpratne. Dažādu valstu tiesībzinātnieku izpratnē tās var būt publisko tiesību personas kā autonomas iestādes (*öffentliche Anstalt*) Vācijas tiesībās, vai arī ekonomiskie uzņēmumi – akciju sabiedrības, sabiedrības ar ierobežotu atbildību, kuri veidoti saskaņā ar privātajām tiesībām (*Friedmann*, 1954). Amerikas Savienotajās Valstīs šādi veidojumi pārsvarā ir pazīstami kā sabiedriskā labuma korporācijas (*public benefit corporations*). Kā secināms no ASV Ņujorkas pavalsts (štata) kontroliera biroja informācijas ar minēto jēdzienu tiek aptvertas kā iestādes, aģentūras, tā arī peļņas (*for-profit*) un bezpeļņas (*non-profit*) korporācijas (*Public Authorities by the Numbers*, 2013). Lai arī klasiskā izpratnē korporācijai ir patstāvīgas juridiskas personas statuss, publisko korporāciju gadījumā šāds statuss nav obligāts priekšnoteikums. Kā vienojošas pazīmes var norādīt zināmu organizatorisku patstāvību un funkciju nošķirtību.

Neatkarīgi no publiskās korporācijas formas dominē vēl viena būtiska pazīme – publiska korporācija atrodas pilnīgā publisko tiesību juridiskās personas (vai vairāku šādu personu) kontrolē. Tomēr arī šis

aspekts var nebūt noteicošais. Zviedrijā, kuras politiku sociāldemokrātiskās idejas ietekmē jau ilgstoši, pat publisko korporāciju augstākās attīstības laikā kā tiesību jēdziens tās nepastāv (*Stromberg*, 1954). Tajā pašā laika periodā – 20.gadsimta 50.gados, analizējot Zviedrijas situāciju, tiek norādīts, ka nozīmīgi publiskie pakalpojumi – pasts un dzelzceļš ir organizēti kā valsts iestādes, bet sociālisma ideoloģijai pilnībā neatbilstoši, dabas resursi un smagā rūpniecība atrodas galvenokārt privātās rokās, un valsts savu ietekmi realizē ar nodokļu regulēšanas un subsīdiju palīdzību. Un vēl viens tā laika skandināvu fenomens – valsts monopola uzņēmums ir veidots kā publiska akciju sabiedrība, kur 30 miljoni akciju kapitāla pieder kronim, 29 miljoni valstij un vēl 1 miljons valsts noteiktām personām (*Stromberg*, 1954).

Dr. iur. Volfgangs Frīdmans (*Friedmann W.*) 20.gadsimta 50.gadu vidū publiskās korporācijas definēja kā: "*...institūcijas, kas nodarbojas ar tādu pakalpojumu sniegšanu valdības vārdā, kuriem ir sociāls vai ekonomisks raksturs, bet tās ir patstāvīgi juridiskie subjekti; tām piemīt lielāka pārvaldes autonomija, tomēr tās atbild sabiedrībai caur parlamentu un valdību, daži lēmumi tiek pieņemti valdības līmenī; no otras puses neatkarība un nošķirti fondi kā to īpašnieki, kā arī visi komerciālo uzņēmumu juridiskie un komerciālie atribūti.*" (*Friedmann*, 1954). Politiskā līmenī publisko korporāciju būtību 1933.gadā kodolīgi formulēja Amerikas Savienoto Valstu prezidents F.D. Rūzvelts (*Roosevelt F.D.*), kongresā rekomendējot Tenesijas ielejas pārvaldes (*Tennessee Valley Authority*) ieteicamo formu: "*korporācija iegūst publiskās varas spēku, bet tai piemīt elastība un iniciatīva kā privātam uzņēmumam*." (Friedmann, 1954). ASV profesors Džerijs Mitčels (*Mitchell J.*) 20.gadsimta beigās formulēja vienpadsmit publisko korporāciju pazīmes. Kā būtiskākās no tām var minēt: korporācija tiek izveidota ar normatīvu aktu; tai ir noteikta, ierobežota darbības joma; pārvaldes institūcijas locekļi tiek ievēlēti uz noteiktu termiņu vai arī tā daļa no publiskās amatpersonas kompetences; tām ir dota brīvība noteikt nodevas, maksājumus un nomas maksas par pakalpojumiem, bet nav pilnvaru nodokļu uzlikšanā; pastāv atbrīvojumi no izpildvaras un likumdevēja kontroles par darbinieku iecelšanu amatā, algām, budžetu, kā arī līgumiem, bet tiek saglabātas tiesības saņemt apropriācijas no publiskas personas budžeta; pirms nozīmīgu darbību uzsākšanas nepieciešama publiska uzklausīšana (*Mitchell*, 1999). Savukārt *Dr. iur.* Aleksejs Kurbatovs (*Курбатов А.*) ir nosaucis četras publisko korporāciju būtiskās pazīmes, kuras gan vairāk balstītas Krievijas Federācijas normatīvajā regulējumā (*Курбатов*, 2009). Tomēr nevar noliegt, ka publisko korporāciju darbības nekomerciālais raksturs, darbības mērķa pakļautība sabiedrības interesēm, korporācijas mantas izmantošana tai noteikto mērķu sasniegšanai kopumā ir nozīmīgi šos tiesību subjektus raksturojošie elementi.

Publiskās korporācijas, neatkarīgi no formas, tiek veidotas konkrētu pārvaldes funkciju nodrošināšanai vai uzdevumu izpildei. Tādējādi patstāvība operatīvo lēmumu pieņemšanā, šo funkciju izpildē vai pat pilnīga autonomija no publisko korporāciju izveidojušā publisko tiesību subjekta ir vēl viena no to pazīmēm. Kādam nolūkam nepieciešama šāda rīcības brīvība subjektam, lai realizētu pārvaldes funkciju vai uzdevumu? Atbilde, iespējams, ir tieši pašā pārvaldes funkcijā vai uzdevumā, kā arī atbildības nošķiršanā. Kā liecina avotu izpēte, tad publiskajām korporācijām tiek uzticēti jautājumi, kas nav saistīti ar valsts suverēno funkciju izpildi. Pat publisko korporāciju darbības valsts aizsardzības nozarē ir saistītas nevis ar valsts suverēno funkciju realizēšanu, bet zinātnisko izpēti, būvniecību un ražošanu šajā jomā. Tādējādi var izteikt hipotēzi, ka publisko korporāciju eksistence pamatā ir saistīta ar tādu publisko pakalpojumu sniegšanu, kas nav saistīti ar valsts suverēnās varas realizāciju, t. i., šo pakalpojumu sniedzēja juridiskā organizācija vairāk ir atkarīga no likumdevēja politiskās gribas, nevis objektīviem kritērijiem.

1. Publisko korporāciju izveidošanas tiesiskais pamats

Publiskas korporācijas izveide var notikt vairākos veidos. Veids, kas raksturīgs publiskajām korporācijām, kuru funkcija ir sabiedrībai nozīmīgu publisko pakalpojumu sniegšana visas valsts līmenī, ir speciāls ārējais normatīvais akts, parasti likums. Šāda speciāla normatīvā akta nepieciešamība parasti ir saistīta ar vajadzību pēc speciāla regulējuma konkrētās publiskās korporācijas darbībā un pārvaldībā, kā arī darbības uzraudzībā. Amerikas Savienotajās Valstīs kā federatīvā valstī nav vienota regulējuma šajā jautājumā un to nosaka pavalstu (štatu) normatīvais regulējums. Ņujorkas štata konstitūcijas (*The Constitution of the State of New York,* 1938) 10.panta 5.sadaļa paredz, ka publiskās korporācijas, kurām tiek piešķirtas tiesības slēgt līgumus un uzņemties saistības, var tikt nodibinātas tikai uz likuma pamata. Vienlaikus 5.sadaļas otrā daļa noteic, ka vietējā līmenī šāda veida publiskās korporācijas var dibināt tikai tad, ja par to ir nobalsojuši vēlētāji.

Krievijas Federācija ir viena no valstīm ārpus anglosakšu tiesību loka, kur normatīvajā regulējumā ir tieši nostiprināts publiskās korporācijas jēdziens. Jāatzīst, ka Krievijas Federācijas normatīvajā regulējumā publiskās korporācijas jēdziens ir aprobežots ar valstij piederošu publiskas korporācijas formu (*государственная корпорация*). Krievijas Federācijas likuma "Par nekomerciālajām organizācijām" (*О некоммерческих организациях*, 1996) 7.1.pantā ietvertais regulējums noteic, ka par valsts korporāciju tiek uzskatīta nekomerciāla organizācija, kurai nav dalībnieku, kuru izveidojusi Krievijas Federācija (t.i., valsts), pamatojoties uz mantisku ieguldījumu, sociālu, pārvaldes vai citu sabiedrībai nozīmīgu jautājumu risināšanai. Minētā norma arī paredz, ka valsts korporāciju izveidošanas pamats ir federālais likums. Valsts korporāciju ideja tiek kritizēta, norādot, ka to faktiskā darbība neatbilst nekomerciālas darbības jēdzienam: no vienas puses, valsts korporācijām ar likumu tiek deleģētas pārvaldes funkcijas (*Росатом*), no otras puses – tās veic komerciālo darbību kā kredītiestādes (*Внешэкономбанк*) vai apdrošināšanas sabiedrības (*Агентство по страхованию вкладов*). Citi kritikas apsvērumi saistīti ar šo subjektu izņēmumu tiesībām un aizsardzību no konkurences (*Проект Концепции развития законодательства о юридических лицах*, 2009).

Eiropas tiesiskajā telpā līdz pat 20.gadsimta 90.gadiem par tipiskām publiskām korporācijām ir uzskatāmi pasts un dzelzceļš, kuru izveidošanas tiesiskais pamats ir likums. Kā piemēru var minēt situāciju ar Vācijas dzelzceļu (*Deutsche Bundesbahn*). Līdz Pirmajam pasaules karam Vācijā pastāvēja vairākas dzelzceļa kompānijas, piederošas privātpersonām vai Vāciju veidojošajām zemēm. Ar Veimāras Republikas izveidošanu 1919.gadā, visi valsts dzelzceļi tika apvienoti vienā uzņēmumā, kas faktiski bija Satiksmes ministrijas departaments. Pēc 1924.gadā veiktās reorganizācijas Vācijas dzelzceļš tika pārveidots par neatkarīgu iestādi, bet sabiedroto spiediena rezultātā, lai panāktu kara reparāciju izmaksas, tas tika pārveidots par 100% valstij piederošu privāto tiesību komercsabiedrību (*Deutsche Reichsbahn-Gesellschaft*). Ar reparāciju izmaksu pārskatīšanu 1930.gadā dzelzceļš atkal kļūst par atvasinātu publisko tiesību personu. Šādu statusu dzelzceļš saglabāja līdz 1939.gadam, kad nacionālsociālistu režīms to atkal pārveidoja par atsevišķu publisko tiesību fondu (*Sondervermögen*) ar atsevišķu budžetu, uzskaites principiem un zināmu finansiālu autonomiju, bet bez juridiskas personas statusa (*Reichsbahn*). Vienlaikus Vācijas satiksmes ministrs kļuva par dzelzceļa tiešo vadītāju. (*Friedmann, Hufnagel,* 1954).

Pēc Otrā pasaules kara Vācijas dzelzceļš tiek sadalīts četrās daļās, līdz 1951.gadā Vācijas Federatīvajā Republikā ar likumu (*Bundesbahngesetz, 1951) tika izveidots Deutsche Bundesbahn.* Jāatzīmē, ka saskaņā ar likuma redakciju tā pieņemšanas laikā, *Deutsche Bundesbahn*, kā federālā dzelzceļa aktīvu

operatora juridiskā forma bija nošķirts fonds **bez juridiskas personas statusa** (*Friedmann, Hufnagel*, 1954). Dzelzceļa juridiskais statuss bija nostiprināts arī Vācijas konstitūcijas (*Grundgesetz*, 1949) 87.pantā. Tajā pašā laikā šim subjektam bija tiesības emitēt obligācijas. Tādējādi *Deutsche Bundeshbahn* bija daudzas, bet ne visas juridiskās personas pazīmes. Tas varēja slēgt līgumus, lietot īpašumu, uzņemties saistības, izvirzīt prasības (tiesā), tam bija atsevišķs budžets, kā arī uz likuma pamata izveidota pārvaldes organizācija. Kā redzams, tad *Deutsche Bundesbahn* piemita visas juridiskai personai raksturīgās īpašības, kaut arī par tādu to aizliedza uzskatīt likuma regulējumi. Tiek norādīts uz vēl vienu būtisku aspektu – juridiskas personības noliegums saistīts ar faktu, ka šis uzņēmums administrēja federālo īpašumu un tā administrācija bija cieši saistīta ar valdību (*Friedmann, Hufnagel*, 1954).

Pēc Vācijas apvienošanās 1989.gadā līdz pat 1994.gadam tajā darbojās divi valstij piederoši dzelzceļa uzņēmumi – *Deutsche Bundesbahn* un no Vācijas Demokrātiskās Republikas mantotais – *Deutsche Reichsbahn.* Eiropas Savienības pamatprincipi – brīva, godīga konkurence un pakalpojumu sniegšanas brīvība – dzelzceļa nozari skāra ar Eiropas Kopienas direktīvu 91/440/EEK (Par Kopienas dzelzceļa attīstību, 1991). Minētā direktīva paredzēja uzlabot dzelzceļa sistēmas efektivitāti, konkurenci un atdalīt infrastruktūru no pārvadājumiem. Vācijā dzelzceļa reformas (*Bahnreform*, 1993) ietvaros tika grozīti vairāk kā simts likumu un pat Vācijas konstitūcijas 87.pants. Reformas ietvaros tika apvienoti abi valstij piederošie dzelzceļa operatori un pilnībā mainīts to juridiskais statuss. Vācijas dzelzceļa operatori – publisko tiesību subjekti (fondi), tika pārveidoti par privāto tiesību subjektu – komersantu. Saskaņā ar Vācijas dzelzceļa izveidošanas likuma 1.pantu (*Deutsche Bahn Gründungsgesetz*, 1993), tika izveidota akciju sabiedrība ar firmu "*Deutsche Bahn Aktiengesellschaft*". Reformas turpmākajā posmā 1999.gadā no komercsabiedrības tika atdalīti pieci specializēto nozaru uzņēmumi ar privāto tiesību akciju sabiedrību statusu. Atbilstoši šā likuma 2.pantam ir paredzēts atsavināt 49,9% no šīs sabiedrības akcijām, tādējādi tomēr saglabājot valsts kontroli šajā komercsabiedrībā, kura viennozīmīgi, neskatoties uz juridiskā statusa izmaiņām, ir saglabājusi savas publiskās korporācijas statusu.

PSRS valsts kapitālisma modelis (*Howard, King*, 2001) 20.gadsimta otrajā pusē rietumvalstis ietekmēja daudz vairāk kā pieņemts uzskatīt. Valsts kapitālisma elementi tika plaši ieviesti Francijā un Lielbritānijā. Arī citās Rietumeiropas valstīs notika būtisku ekonomikas nozaru nacionalizācija, kuras rezultātā publiskās korporācijas no ekonomiskiem subjektiem kļuva arī par nozīmīgu sociālpolitisku instrumentu nodarbinātības un publisko pakalpojumu pieejamības jomā. Saskaņā ar atsevišķu autoru viedokļiem 20.gadsimta 80.gados ⅔ no Francijas IKP radīja publiskais sektors un, neskatoties uz būtisko privatizāciju, vēl 2009.gadā 25% darbaspēka bija nodarbināti tieši publiskajā sektorā (*Silicani*, 2011). Saskaņā ar statistikas datiem valsts kontrolēto uzņēmumu skaits Francijā kopš 1995.gada ir samazinājies no 2636 uzņēmumiem ar 1446 tūkstošiem nodarbināto līdz 946 un 789 tūkstošiem nodarbināto 2009.gadā, 2010.gadā gan novērojama pretēja tendence – uzņēmumu skaits pieaug līdz 1217, bet nodarbināto – līdz 792 tūkstošiem (*Entreprises contrôlées majoritairement par l'État*, 2010). Tādējādi var secināt, ka, pat neskatoties uz būtiskām valsts sektora samazināšanas tendencēm un atsevišķu sabiedrisko pakalpojumu jomu liberalizāciju un pakļaušanu konkurencei, publiskās korporācijas Eiropā saglabā savu nozīmi.

2. Publisko korporāciju veidošanas iemesli

Publisko korporāciju veidošanu 20.gadsimtā galvenokārt noteica trīs faktori: nepieciešamība risināt sociālās un ekonomiskās problēmas, kā arī politiski motivētie apsvērumi. Pārsteidzoši, bet tieši 19.gadsimts ar savu nosacīti neierobežoto privāto iniciatīvu noveda pie publisko korporāciju veidošanas. Atgādināsim, ka mūsdienu civilizācijas tehniskais pamats – dažāda veida inženierkomunikāciju tīkli, tika izbūvēti ar privātās iniciatīvas palīdzību, izmantojot koncesijas. Šāds publisko personu un privātās iniciatīvas sadarbības modelis paredz, ka privātais partneris par saviem līdzekļiem izbūvē pakalpojuma sniegšanai nepieciešamo infrastruktūru, pretī saņemot ekskluzīvas tiesības – noteiktu laiku sniegt konkrētu pakalpojumu, bet pēc koncesijas termiņa beigām izbūvētā infrastruktūra pāriet publiskā partnera īpašumā. Pirmās problēmas parādījās līdz ar privāto partneru maksātnespēju, kas nereti noveda pie ieguldītāju protestiem, kā arī radīja problēmas publiskām personām, kuras šo projektu realizācijā bija iesaistījušās ar saviem budžeta līdzekļiem (*Kaye,* 1993). Nākošā identificētā problēma saistīta ar tīklu savietojamību un drošības apsvērumiem, kuru rezultātā, piemēram, Vācijā 20.gadsimta sākumā notika privāto dzelzceļa kompāniju nacionalizācija, kas noslēdzās 1919.gadā ar vienota dzelzceļa operatora izveidi (*Friedmann, Hufnagel*, 1954). Tādējādi vēlmi nodrošināt šādu sabiedrībai nozīmīgu pakalpojumu pieejamību un drošību var uzskatīt par vienu no būtiskajiem iemesliem šo pakalpojumu sniedzēju monopoluzņēmumu veidošanai un pārņemšanai publisko personu pārziņā.

Tomēr sabiedrības interešu aizstāvībai būtu iespējami arī citi risinājumi. Pirmais pasaules karš noveda pie vairāku Eiropas lielo monarhiju – Austrijas, Vācijas un Krievijas, beigām, to sairšanas nacionālās valstīs un pilnīgas politiskās sistēmas nomaiņas šajās teritorijās. Karš arī piespieda valstis izveidot līdz tam neredzētas centralizētas pārvaldes sistēmas, tai skaitā ekonomikā, kas izrādījās pārsteidzoši efektīvas konkrēto mērķu sasniegšanai. Papildu spiedienu radīja komunistisko, sociāldemokrātisko un sociālā taisnīguma ideju popularitāte sabiedrībā, kura vienkārši vēlējās dzīvot labāk. Tas bija laiks, kad liberālisma idejas pirmo reizi zaudēja savu pievilcību. Valsts tieša iejaukšanās ekonomiskajā dzīvē un publiskas personas kā uzņēmējdarbības subjekti un sabiedrisko pakalpojumu sniedzēji – ir viena no 20.gadsimta raksturīgākajām iezīmēm.

Korporācijas kā organizatoriskas formas pamatnozīme ir tās juridiskās būtības nošķiršana no to izveidojušajiem subjektiem, tādējādi, izņemot īpaši noteiktus gadījumus, tiek izslēgta korporācijas veidotāju atbildība par šāda tiesību veidojuma darījumiem un saistībām. Publisko korporāciju veidošana pašvaldību līmenī nereti ir saistīta ar iespēju veikt finanšu līdzekļu piesaisti, vienlaikus formāli nepalielinot pašvaldības saistības, jo aizņemas publiskā korporācija, un tas ir uzskatāms par šīs korporācijas parādu. Vērojama arī pretēja tendence. Piemēram, Ņujorkas pavalsts (štata) konstitūcijas X paragrāfa 5.panta ceturtajā daļā ietverta norāde, ka pavalsts vai publiska iestāde nevar būt atbildīga vai garantēt publiskas korporācijas parādu, izņemot gadījumus, kad tas ir noteikts ar likumu. Savukārt minētā paragrāfa 6., 7. un 8.pantā ir tieši atrunāti gadījumi, kad un kādos apmēros publiskās personas var garantēt publisko korporāciju parādus (*Peter,* 1996).

Publiskās korporācijas 20.gadsimta otrajā pusē tika plaši izmantotas kā instruments sociāli politisko problēmu risināšanai. Šeit gan jānorāda uz tendenci, kad valdības rokās nonāk industriālie sektori, kurus tikai nosacīti var uzskatīt par publisko pakalpojumu sniedzējiem. Vienlaikus gan nevar noliegt, ka šiem uzņēmumiem bija būtiska nozīme valstu ekonomikā. Lai arī industriālo nozaru nacionalizācijas iemesli bija visdažādākie, piemēram, Francijā tie bija smagās industrijas sadarbība ar okupācijas varu

Otrā pasaules kara laikā (*The Economist*, 2001), savukārt Lielbritānijā leiboristu valdību izvēlētais politiskais kurss, lai valsts kontrolei pakļautu pamatnozares (*Friedmann*, 1954). Tērauda ražošana, mašīnbūve un ogļu ieguve arī mūsdienās nav zaudējušas savu nozīmi. Lai arī to ekonomiskā loma mūsdienu pasaulē ir būtiski samazinājusies, tendence nav attiecināma uz šajās nozarēs nodarbināto skaitu. Nodarbinātība un minētajās nozarēs nodarbināto organizētība lielā mērā ir iemesls, kuru dēļ valdības visai negribīgi izskata jautājumus par šo nozaru uzņēmumu privatizāciju, nozaru privāto uzņēmumu slēgšanu vai nodarbināto skaita samazināšanu (*Vinocur, Le Guernigou*, 2013).

Kā uz vēl vienu publisko korporāciju veidošanas motīvu var norādīt vēlmi risināt sociāli ekonomisko jautājumu kompleksu, kas saistīts ar konkrētu teritoriju attīstību. Tā saucamās attīstības vai plānošanas korporācijas (*Public development corporations/Public development authorities (PDA)*) ir populārs instruments šādu jautājumu risināšanai. Teritoriju attīstības korporācijas visdažādākajās juridiskajās formās ir sastopamas visā pasaulē, piemēram, viena no Ņujorkas pavalsts (štata) attīstības korporācijām ir Pilsētas attīstības korporācija (*Empire State Development*) vai Honkongas Pilsētas atjaunošanas iestāde (*Urban Renewal Authority*). Attīstības korporācijas vieno mērķis un metodes. Nošķirta juridiskās personības forma tiek izmantota, lai veiktu aizņēmumus korporācijas vārdā un attīstītu noteiktas teritorijas vai nozares. Savukārt aizņemto līdzekļu atgriešana notiek no publiskās personas budžeta līdzekļiem, iegūtajiem līdzekļiem no attīstīto īpašumu pārdošanas, kā arī citiem korporācijas ieņēmumiem no savas pamatdarbības. Jāatzīmē, ka Latvijā izveidotas struktūras, kuras tiek pozicionētas kā attīstības aģentūras, piemēram, Valsts reģionālās attīstības aģentūra un Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra, pēc savas būtības nav uzskatāmas par publiskajām korporācijām un vēl jo vairāk par attīstības korporācijām, jo to redzamākā funkcija ir Eiropas Savienības fondu līdzekļu sadale. Lai arī valsts akciju sabiedrība "Valsts nekustamie īpašumi" darbojas ļoti šaurā nozarē – Latvijas valstij piederošo nekustamo īpašumu pārvaldīšana un apsaimniekošana, tās realizētie projekti – Iekšlietu ministrijas jaunais komplekss, Ārlietu ministrijas vēsturiskās ēkas restaurācija un rekonstrukcija, Rīgas biržas ēkas restaurācija un Valsts ieņēmumu dienesta jaunās ēkas būvniecība, vairāk atbilst attīstības korporācijas izpratnei.

Publiskā (sabiedriskā) īpašuma pārvaldīšanas problemātika norāda uz vēl vienu publiskās korporācijas veidu – aktīvu pārvaldīšanas iestādēm. Apzināti tiek lietots jēdziens "iestāde", jo nereti aktīvu pārvaldes korporācijām ir iestādes juridiskā forma, t.i., to juridiskā būtība nav nodalīta no to izveidojušās publisko tiesību juridiskās personas. Šāda situācija nav uzskatāma par pilnībā izsvērtu, jo aktīvu pārvaldība vienmēr ir saistīta ar zināmiem zaudējumu un komerciālajiem riskiem. Var pieļaut, ka nekomerciālā sabiedriskā (publiskā) īpašuma, kurš pēc savas būtības ir publisko funkciju nodrošināšanai izmantotais īpašums, pārvaldīšanu ir lietderīgi realizēt ar iestādes formā organizētu publisko korporāciju. Tomēr pilnībā nav saprotama komerciālā vai sabiedriskā (publiskā) īpašuma, ar būtisku ekonomisko nozīmi, nodošana iestāžu pārvaldībā normatīvā līmenī. Piemēram, likuma "Likums par ostām" (Likums par ostām, 1994) 7.panta pirmajā daļā ietvertais regulējums, ka ostas pārvaldes ir publisko tiesību subjekti, kuru izveido attiecīgās pilsētas vai novada dome, t.i., tās ir pašvaldību iestādes vai aģentūras. Tikai attiecībā uz Rīgas un Ventspils ostas pārvaldēm ir izdarīts izņēmums, un tās ir atvasinātas publisko tiesību juridiskās personas. Jānorāda, ka pēc savas būtības ostu pārvaldes ir nodibinājumi, jo to rīcībā ir nodoti to teritorijā esošie valsts un pašvaldību nekustamie īpašumi konkrētu saimniecisko mērķu sasniegšanai. Tādējādi arī normatīvajā līmenī būtu nostiprināma ostu pārvalžu juridiskā nošķirtība no pašvaldībām.

3. Publiskās korporācijas Latvijā

Publisko korporāciju jēdziens Latvijas normatīvajā regulējumā un tiesību literatūrā nav izplatīts. Tas izskaidrojams ar valstiskās neatkarības vardarbīgo pārrāvumu no 1940.gada līdz 1990.gadam. Ja apskatām 20.gadsimta 20.–40.gadu juridisko domu, tad varam konstatēt, ka juristus īpaši nav interesējuši jautājumi, kas saistīti par publisko personu komercdarbību un jautājumiem, kas šā darba ietvaros tiek saprasti ar publiskas korporācijas jēdzienu. Arī normatīvajā regulējumā nav novērojama tendence ar normatīvā regulējuma palīdzību veidot īpašas saimnieciskās darbības formas, kas atbilstu publiskas korporācijas jēdziena izpratnei. Un tomēr tādas pastāv. Vispirms jau tie ir klasiskie sabiedrisko pakalpojumu sniedzēji – dzelzceļš un pasts. Apskatāmajā periodā šīs korporācijas darbojas kā valsts iestādes ar valsts autonomo uzņēmumu statusu. Te gan jānorāda, ka pats "valsts uzņēmuma" un "valsts autonomā uzņēmuma" statuss tā precīzi netiek definēts šī laika normatīvajā regulējumā. Ministru kabinets 1922.gada 12.janvārī pieņem "Noteikumi par valsts autonomiem uzņēmumiem" (Noteikumi par valsts autonomiem uzņēmumiem, 1922). Šo noteikumu 1.punktā noteikts, ka: "*1. Valsts uzņēmumu var pārvērst autonomā saimnieciskā vienībā ar privātajiem uzņēmumiem līdzīgu iekārtu un stāvokli, par ko lemj ministru kabinets uz attiecīgā resora vadītāja priekšlikumu*". Tomēr tikai ar 1935.gadā pieņemto likumu autonomie valsts uzņēmumi iegūst juridiskas personas tiesības.

Ja juridiskajā literatūrā valsts saimnieciskajai darbībai tiek pievērsta maza uzmanība, to nevar teikt par ekonomisko domu. Žurnālā "Ekonomists" pirmie raksti saistībā ar valsts autonomajiem uzņēmumiem sastopami jau 1921.gadā (*Stabuschs*, 1921). Būtiska nozīme ieskatam aktuālajās šā laika ekonomiskās domas tendencēs ir vairāku autoru rakstiem. 1930.gadā žurnāla "Ekonomists" Nr.14/15 un Nr.16/17 ir publicēts visai apjomīgs K.Pakalna raksts "Mūsu valsts saimniecības uzņēmumi" (Pakalns, 1930). Minētais raksts sniedz būtisku statistisko materiālu, tai skaitā visai pilnīgu valsts saimniecisko uzņēmumu uzskaitījumu ar sadalījumu pa nozarēm. No mūsdienu skatījuma visai dīvaini ir šajā sarakstā ieraudzīt cietumu uzņēmumus, kā arī emigrantu un bēgļu etapa punktu, tomēr rakstā rodams pamatojums šādai rīcībai. Valsts saimniecības aktuālajām tendencēm uzmanība pievērsta J.Bokaldera rakstā "Valsts saimniecības uzņēmumi" (Bokalders, 1929). Šajā rakstā apskatītas nozīmīgās tendences un iemesli, kuru dēļ valstis iesaistās saimnieciskajā darbībā, kā arī problemātika, kas saistīta ar valsts saimniecisko uzņēmumu imunitāti no nodokļiem. Rakstā arī sniegts pārskats par autonomajiem valsts uzņēmumiem, norādot, ka tie darbojas uz likuma vai speciālu statūtu pamata. No 42 valsts saimnieciskajiem uzņēmumiem, kurus ir minējis K.Pakalns (Pakalns, 1930), deviņus J.Bokalders ir minējis kā autonomos valsts uzņēmumus. Tie bija: Latvijas Banka, Latvijas hipotēku banka, Valsts zemes banka, Liepājas kara ostas darbnīcas, Valsts kuģu pārvalde, Juglas elektrības uzņēmums, Nacionālais teātris, Nacionālā opera un Latvijas telegrāfa aģentūra (Bokalders, 1929).

Jānorāda, ka šim laikam kopumā ir raksturīga valsts tieša iesaistīšanās saimnieciskajā darbībā ar savu iestāžu starpniecību, jo daudzi valsts uzņēmumi faktiski bija ministriju struktūrvienības. No avotiem arī redzams, ka autonoma uzņēmuma statusa nav Latvijas dzelzceļam, tādējādi secināms, ka Dzelzceļu virsvalde bija Satiksmes ministrijas iestāde. Pārsteidzoša varētu šķist Latvijas Bankas ietveršana autonomu uzņēmumu skaitā, tomēr tas izskaidrojams ar tās duālo darbības jomu – šajā laikā Latvijas Banka nodarbojās arī ar tīri komerciālām darbībām, kreditēšanu. J.Bokalders norāda arī uz atsevišķiem problēmjautājumiem, kas saistīti ar valsts autonomajiem uzņēmumiem, piemēram, nepieciešamību reformēt publisko pārvaldi, nozari regulējošo normatīvo aktu nepilnības, kā arī atsevišķu šo uzņēmumu statusa mainīgumu – Nacionālajai operai ir bijis kā valsts uzņēmuma, tā arī autonoma valsts uzņēmuma statuss (Bokalders, 1929). Iepriekš nosauktie valsts autonomie uzņēmumi darbojās visai dažādās

nozarēs. Līdz ar to visai saprotama ir vēlākā tendence, kad vairāki valsts autonomie uzņēmumi tika pārveidoti par privāto tiesību subjektiem – akciju sabiedrībām. A.Aizsilnieka fundamentālajā darbā "Latvijas saimniecības vēsture 1914–1945" (Aizsilnieks, 1968) apkopotie dati liek secināt, ka pēc K.Ulmaņa realizētā valsts apvērsuma tika veikta būtiska valsts ietekmes palielināšana saimniecībā, kas atbilda tā laika tendencēm pasaulē. Ja perioda sākumā tiek apskatīti valsts uzņēmumi, tad 20.gadsimta 30.gadu otrajā pusē tiek veidoti vairs ne valsts uzņēmumi, bet gan privāto tiesību akciju sabiedrības, par tādām pārveidojot arī atsevišķus valsts autonomos uzņēmumus, piemēram, Liepājas kara ostas darbnīcas kļūst par akciju sabiedrību "Tosmāre".

"Vispārīgās intereses" kā kritērijs valsts saimniecības uzņēmumu nepieciešamībai tiek kritizēts. Izteiktajiem viedokļiem var piekrist, tomēr jāapzinās, ka publisko personu saimnieciskās darbības pamatā nav ekonomiski kritēriji, bet politiskās un sabiedriskās dzīves nepieciešamība. Arī mūsdienās, analizējot publisko pakalpojumu problemātiku, nav nonākts pie konkrētākām definīcijām jautājumos par *pakalpojumiem* ar *vispārēju* ekonomisku nozīmi un vispārējas nozīmes pakalpojumiem. Novērojama asa diskusija par vispārējas nozīmes pakalpojumu privatizāciju, vienlaikus nevar noliegt, ka šajā sektorā pastāv konkurence, bet daudzi pakalpojumu sniedzēji ir nevalstiskās organizācijas, kuru mērķi neparedz peļņas gūšanu.

Publisko korporāciju problemātikas izpētē Latvijā apzināti tiek izlaists PSRS okupācijas laika posms, jo pilnīga valsts kapitālisma sistēmā (*Howard, King*, 2001) nav iespējams nošķirt vispārējās intereses no valsts kopējās darbības. Saskaņā ar PSRS valdošo ideoloģiju, valsts īpašuma tiesības uz ražošanas līdzekļiem un saimnieciskā darbība ar šiem līdzekļiem ir tās nozīmīga funkcija. Pretēji sociālisma doktrīnā pastāvošajam privāto tiesību noliegumam (*Иоффе*, 2005), atsevišķu autoru darbos redzama izteikta tendence parādīt privāttiesības kā nozīmīgu saimnieciskās dzīves sastāvdaļu, un šajā idejā balstījās arī juridiskas personas statusa noteikšana lielākajai daļai no publiskās pārvaldes iestādēm (*Братусь*, 1947). Ja saimnieciskā darbība tiek uzskatīta par pārvaldes procesa sastāvdaļu, tad šajā sistēmā kā īpašu subjektu nevar nodalīt publiskās korporācijas, kuru saimnieciskās darbības mērķis ir sabiedrībai nozīmīgu pakalpojumu pieejamības nodrošināšana vispārējās interesēs. Tādējādi, no mūsdienu skatupunkta, nevar piekrist PSRS saimnieciskās sistēmas atzīšanai par publisko korporāciju kopumu, kā to faktiski uzskata Dž.Hazards (*John N. Hazard*) (*Hazard*, 1954).

Par Latvijas īpatnību, lai arī ne unikālu, ir dažādu vispārēja labuma kultūras institūciju un sabiedrisko mediju veidošana kapitālsabiedrību formā, vienlaikus noregulējot šo subjektu darbību ar likumu. J.Bokaldera 1929.gadā rakstītais par Latvijas Nacionālās operas juridisko statusu atkārtojas arī 21.gadsimta sākumā. Vispirms ar 2002.gada likumu (Latvijas Nacionālās operas likums, 2002) tās statuss ir autonoma valsts iestāde ar juridiskas personas tiesībām, ar 2005.gada likuma grozījumiem (Grozījumi likumā "Latvijas Nacionālās operas likums", 2005) tā zaudē juridiskas personas statusu un autonomiju, bet ar 2008.gada likuma grozījumiem (Grozījumi likumā "Latvijas Nacionālās operas likums", 2008) Latvijas Nacionālā opera kļūst, atbilstoši likuma 1.pantam, par valsts sabiedrību ar ierobežotu atbildību "Latvijas Nacionālā opera", kā arī likumā noteikts, ka tā "…darbojas saskaņā ar šo likumu, Komerclikumu, Kultūras institūciju likumu, citiem normatīvajiem aktiem un Nacionālās operas statūtiem" (likuma 2.panta otrā daļa). Jāatzīmē, ka norādītā legāldefinīcija paver jaunu izpratni uz publiskām personām piederošām komercsabiedrībām. Vēl pagājušajā gadsimtā aizsāktās komerctiesību reformas mērķis bija samazināt esošo saimnieciskās darbības formu skaitu, nodrošināt trešo personu aizsardzību, veicināt komercdarījumu ātrumu un nostiprināt atlīdzības principu kā komercdarbības mērķi. Atlīdzības princips īpaši uzsvērts Komerclikuma (Komerclikums, 2000). 1.panta otrajā daļā un

2.pantā, kurā ietvertais regulējums paredz, ka nav pieļaujama ieruna par to, ka saimnieciskā darbība, kas veikta, izmantojot komercreģistrā ierakstīto firmu, nav komercdarbība. Tādējādi rodas jautājums, kā komerctiesību principi ir savietojami ar Latvijas Nacionālajai operai izvirzītajiem uzdevumiem, kas ietverti Latvijas Nacionālās operas likuma 3.pantā: "*Nacionālās operas darbības mērķis ir nacionālā kultūras mantojuma saglabāšana operas un baleta žanrā, latviešu nacionālās operas, baleta un mūzikas kultūras nostiprināšana un attīstīšana, aktualizēšana un popularizēšana Latvijā un ārvalstīs, kā arī pasaules operas, baleta un mūzikas kultūras sasniegumu pieejamības nodrošināšana Latvijā*."

Citu pazīstamu Latvijas kultūras iestāžu, piemēram, Latvijas Nacionālā teātra un Latvijas Dailes teātra tiesiskā statusa transformācijas ceļš ir atšķirīgs. Risinot kolīzijas starp Valsts pārvaldes iekārtas likumā ietverto vienotas publisko tiesību juridiskās personas principu un vispārējo interešu vajadzībām izveidotu pakalpojumu sniedzēju, ar Ministru kabineta 2004. un 2005.gada rīkojumiem Kultūras ministrijas pakļautībā esošās valsts pārvaldes iestādes tiek pārveidotas par valsts kapitālsabiedrībām (Par valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Latvijas Nacionālais teātris" izveidi, 2005; Par valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Dailes teātris" izveidi, 2005). Līdzīgi rīkojumi tiek pieņemti arī par citām šāda veida kultūras iestādēm. Faktiski "ar vienu spalvas vēzienu" tiek pilnībā mainīts nozīmīgu vispārējās nozīmes pakalpojumu sniedzēju statuss, tās pārveidojot par valsts kapitālsabiedrībām. No likuma "Par valsts un pašvaldību kapitāla daļām un kapitālsabiedrībām" (Par valsts un pašvaldību kapitāla daļām un kapitālsabiedrībām, 2002) 2.panta secināms, ka uz šādām kapitālsabiedrībām attiecināmi vispārējie komerctiesību principi, jo tās pakļautas reģistrācijai komercreģistrā (2.panta pirmā daļa), un to darbību vispārējā gadījumā regulē Komerclikuma regulējumi (2.panta ceturtā daļa). Ņemot vērā, ka šo vispārējas nozīmes pakalpojumu sniedzēju darbība ir atkarīga no valsts budžeta dotācijām un to pašu ieņēmumi neļautu nodrošināt šo iestāžu eksistenci, kā arī to darbībai *a apriori* nav peļņas gūšanas statusa, rodas jautājums par šo kapitālsabiedrību komersanta statusa lietderību un pamatotību.

Līdzīga situācija ir izveidojusies ar Latvijas sabiedrisko mediju uzņēmumiem. Šo nozari pārstāv valsts bezpeļņas sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Latvijas radio" un "Latvijas televīzija". Šo uzņēmumu šobrīd arhaiskā juridiskā forma un izveidošanas pamats – ārējs normatīvs akts, visvairāk atbilst publiskās korporācijas statusam. Iecerētā juridiskā forma jau sākotnēji paredzēja juridisko pastāvību, bet likuma "Par uzņēmējdarbību" 1.panta pirmā daļā ietvertā uzņēmējdarbības legāldefinīcija atbilst komercdarbības jēdziena izpratnei. Tajā pašā laikā, minētā panta otrajā daļā ir ietverta norāde uz likumu "Par bezpeļņas organizācijām" (Par bezpeļņas organizācijām, 1992), kura 6. un 7.panta regulējumi nosūta atpakaļ pie likuma "Par uzņēmējdarbību" normām. Vienīgā būtiskā atšķirība ir ietverta likuma "Par bezpeļņas organizācijām" 6.panta ceturtajā daļā un 14.pantā – dibinātāji apņemas negūt peļņu, bet ienākumus, kuri pārsniedz izdevumus, ieskaitīt rezerves fondā. Savukārt bezpeļņas organizācijas likvidācijas vai reorganizācijas gadījumā par peļņas uzņēmumu rezerves fonds un par tajā uzkrātajiem līdzekļiem iegādātā manta pāriet valsts īpašumā. Atšķirībā no šiem likumiem, kuri ir zaudējuši spēku, Augstākās Padomes Prezidija lēmums savu juridisko spēku ir zaudējis, un abu sabiedrisko mediju juridisko pastāvēšanu nodrošina tikai Komerclikuma spēkā stāšanās kārtības likuma Pārejas noteikumu 6.punkts, kas šajā likumā tika ietverts ar 2004.gada grozījumiem (Grozījumi Komerclikuma spēkā stāšanās kārtības likumā, 2004). Lai arī ar sabiedriskajiem medijiem saistītie jautājumi nav uzskatāmi par utilitāriem, likumdevēja nespēja tik ilgstošā laika posmā nodrošināt tiesiskajai situācijai atbilstoša normatīvā regulējuma izstrādi, kā arī atrisināt šo publisko korporāciju finansējuma avotu problemātiku, liecina par zināmu vērtību krīzi Latvijas Republikas politiskajā un pārvaldes sistēmā.

Latvijā pēdējos 20 gadus notika aktīvs privatizācijas process, kurš šobrīd atrodas noslēguma posmā. Privatizācijas procesa norises un rezultātu novērtējums ir visai pretrunīgs. No vienas puses, Latvija gandrīz pilnībā ir zaudējusi PSRS laika industriālo mantojumu, no otras puses, publiskās personas ir atbrīvojušās no īpašuma, kurš netiek izmantots vispārējo interešu nodrošināšanai vai pakalpojumu sniegšanai ar vispārēju ekonomisku nozīmi. Latvijai vēsturiski ir raksturīgs nozīmīgs sabiedriskā (publiskā) īpašuma īpatsvars kopējā aktīvu novērtējumā. Tas izskaidrojams ar to, ka Latvijas teritorija ir daļa no vēsturiskās Livonijas konfederācijas, kuru veidojošās valstis pēc savas juridiskās būtības sastāvēja no diviem publiskā (sabiedriskā) īpašuma veidiem – bīskapa valstīm un ordeņa valstīm. Lai arī feodālās sistēmas sabrukuma rezultātā liela daļa no šā īpašuma nonāca privātās rokās, liela daļa saglabājās kā "kroņa" īpašums Kurzemes un Zemgales hercogistē, kā arī statiskā informācija par zviedru realizēto muižu redukciju Vidzemē (Dunsdorfs, 1962). Šā laika pilsētu tiesību īpatnības Rietumeiropā Livonijā radīja trešo sabiedriskā (publiskā) īpašuma formu – pilsētu īpašumu, kas ir pārdzīvojis dažādas transformācijas. Vienlaikus nevar noliegt, ka pašvaldību īpašums kā sabiedriskā (publiskā) īpašuma juridiskā forma pastāv arī mūsdienās. Tajā pašā laikā mūsdienās publiskas korporācijas pazīmēm atbilst vairākas Latvijas valsts īpašumā esošās komercsabiedrības, kuras atbilst arī sabiedriskā (publiskā) īpašuma kritērijiem kā visai sabiedrībai īpaši nozīmīgi aktīvi.

Neapšaubāmi par publiskām korporācijām atzīstama valsts akciju sabiedrība "Latvenergo" un no tās izdalītās koncerna saimnieciskās vienības, kuru pārziņā atrodas elektroenerģijas sadales tīkls un ražošanas jaudas. Pēc 2000.gadā notikušās tautas nobalsošanas Saeima veica grozījumus Enerģētikas likumā (Enerģētikas likums, 1998). Saskaņā ar šiem grozījumiem (Grozījumi Enerģētikas likumā, 2000), likums tika papildināts ar 20.[1]pantu (Grozījumi Enerģētikas likumā, 2005), kas paredzēja, ka Latvijas valstij piederošais monopoluzņēmums akciju sabiedrība "Latvenergo" un tā īpašumā esošās Daugavas hidroelektrostacijas, termoelektrocentrāles, elektroenerģijas pārvades, sadales un telekomunikāciju tīkli un iekārtas ir valsts nozīmes stratēģiskie energoapgādes objekti. Norma paredz, ka tos ne kopā, ne atsevišķi nevar nodot valdījumā vai īpašumā trešajām personām, ne arī izmantot kā ķīlu kredītu vai citu saistību nodrošināšanai. Papildus tam, panta otrā un trešā daļa paredz, ka minētā komercsabiedrība nav privatizējama, bet tās reorganizācijas gadījumā reorganizētā, jaunizveidotā uzņēmējsabiedrība ir akciju sabiedrības "Latvenergo" tiesību un saistību pārņēmēja, un uz to attiecināms privatizācijas aizliegums. Tomēr jāņem vērā, ka "Latvenergo" koncerna uzņēmumi ir komercsabiedrības, un to darbība pakļauta peļņas gūšanas mērķim. Administratīvā apgabaltiesa, izskatot administratīvo lietu Nr.A43004511 (A43004511, 2012), par nozīmīgākām uzskatīja tirgus liberalizācijas intereses, kā arī komersanta pienākumu gūt peļņu. Pieteicēji un atbildētāji savu argumentāciju šajā lietā bija balstījuši to pamatojot ar pakalpojuma sociālo nozīmīgumu, savukārt tiesa šai lietai piegājusi pilnīgi no cita skatupunkta un, apmierinot pieteikumu ar savu argumentāciju, ir panākusi pieteicēju interesēm pilnībā pretēju rezultātu.

Arī iepriekš apskatītās bezpeļņas organizācijas, valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Latvijas Radio" un "Latvijas Televīzija" atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums, 2010) 64.pantam kā sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nav privatizējami ne kopumā, ne pa daļām, to kapitāla daļas nav pārdodamas, bet to manta nav ieķīlājama, izņemot likumā īpaši paredzētus gadījumus. Savukārt valsts akciju sabiedrības "Latvenergo" īpašais statuss nostiprināts pat divas reizes. Saskaņā ar Valsts un pašvaldību īpašuma privatizācijas un privatizācijas sertifikātu izmantošanas pabeigšanas likuma (Valsts un pašvaldību īpašuma privatizācijas un privatizācijas sertifikātu izmantošanas pabeigšanas likums, 2005) 17.panta pirmo daļu valsts akciju sabiedrību "Latvijas Pasts", valsts akciju sabiedrību "Starptautiskā lidosta "Rīga"", valsts akciju

sabiedrību "Latvijas dzelzceļš", valsts akciju sabiedrību "Latvijas gaisa satiksme" un valsts akciju sabiedrību "Latvijas Valsts meži" nedrīkst privatizēt vai atsavināt. Faktu, ka šajā sarakstā nav iekļauta valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību "Latvijas Nacionālā opera", var izskaidrot ar apstākli, ka privatizāciju regulējošie normatīvie akti neparedzēja valsts iestāžu nodošanu privatizācijai, kā arī tā valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību statusu ieguva pēc šā likuma pieņemšanas, kad jau bija beigušies termiņi privatizācijas pieteikumu iesniegšanai. Tādējādi var secināt, ka normatīvā līmenī publiskas korporācijas statuss ir nostiprināts šīm valstij piederošajām privāto tiesību kapitālsabiedrībām. Iepriekš aprakstīto piemēru dēļ tas nav uzskatāms par pilnīgu publisko korporāciju uzskaitījumu ar privāto tiesību kapitālsabiedrību statusu, tomēr sniedz būtisku ieskatu virzienos, kas tiek uzskatīti par būtiskiem sabiedrības vajadzību nodrošināšanai pakalpojumiem ar vispārēju ekonomisku nozīmi.

Noslēgumā var tikai norādīt, ka ostu pārvalžu publiski tiesiskais statuss – pašvaldības iestāde vai atvasināta publisko tiesību juridiskā persona, pēc savas būtības neatbilst funkcijai un uzdevumiem, kurus tās nodrošina. Publiskā (sabiedriskā) īpašuma pārvaldīšana privāto tiesību jomā nav uzskatāma par suverēnu valsts darbību, jo sabiedrības publiski tiesisko interešu aizsardzība var tikt realizēta arī ar citiem līdzekļiem. Kā parāda pasaules pieredze, ostu pārvaldīšanu efektīvi var veikt arī privāto tiesību komersanti. Ņemot vērā Latvijas situāciju un publiskā īpašuma privatizācijas negatīvo uztveri sabiedrībā, ostu pārvaldes funkciju nodošana privāto tiesību subjektu rokās, visdrīzāk tiktu uztverta negatīvi. Tai pašā laikā atsevišķu valstij piederošajām privāto tiesību kapitālsabiedrībām un ostām noteikto mērķu sasniegšanai, iespējams, pareizāk būtu izmantot publiski tiesiska nodibinājuma formu, piešķirot tam funkciju izpildei nepieciešamo patstāvību un tiesības, bet ierobežojot to rīcībspējas robežas normatīvā līmenī.

4. Publisko korporāciju attīstības tendences mūsdienās

PSRS realizētās pārvaldes sistēmas rezultātā publiskā (sabiedriskā) īpašuma ideja tika pilnībā degradēta. Arī Rietumeiropas valstis 20.gadsimta 80.gados dažādu ekonomisku un politisku apstākļu rezultātā nonāca situācijā, kurā valsts kapitālisma kā valsts saimnieciskā pamata saglabāšana neizbēgami novestu pie situācijas, ka tā vairs nespēj izpildīt saistības, kuras tās bija uzņēmusies, lai nodrošinātu sociālo mieru (*Kavanagh,* 1990). Vienlaikus valsts iejaukšanās saimnieciskajā dzīvē bija pamats sociālas valsts vai labklājības valsts attīstībai visu 20.gadsimta otro pusi. Tomēr valsts nespēja nodrošināt adekvātu valstij piederošo uzņēmumu, tai skaitā publisko korporāciju, pārvaldību un noveda pie masveida privatizācijas visās valstīs, kuras bija izmantojušas valsts kapitālisma ideju, lai nodrošinātu sociālas valsts idejas realizāciju un konkurētu ar sociālistisko valstu bloku. Privatizācijas tempi dažādās valstīs būtiski atšķīrās. Visai būtiskus īpašuma konversijas pasākumus salīdzinoši īsā periodā realizēja Lielbritānija premjerministres M.Tečeres (*M.Thatcher*) vadīto valdību laikā 1979.–1990.gadā. Par šo pasākumu ideologiem tiek uzskatīti neoliberālisma ideju pārstāvji – ekonomisti M.Frīdmens (*M.Friedman*) un F.Hajeks *(F.Hayek*) (*Kavanagh*, 1990). Kā redzams no iepriekš minētās statistiskas datiem, Francija līdzīga veida pasākumus realizēja ievērojami lēnākos tempos, mazākā apjomā un ilgākā periodā. Savukārt Vācijas situācija, kurā tā bija spiesta realizēt šādu īpašuma reformu, uzskatāma par unikālu, jo valsts apvienošanas rezultātā tā saņēma mantojumu, kas lielā mērā nebija savietojams ar tās pārvaldības un ekonomisko sistēmu. Arī Latvija pēc neatkarības atjaunošanas realizēja masveida privatizācijas procesu. Kā minēts pēdējā iznākušajā laikraksta "Privatizācijas Vēstis" numurā: "*Latvijas valdība pamatā ir izpildījusi solījumu privatizēt 95% bijušo valsts uzņēmumu līdz 1998.gada vidum. Lielākā daļa šo uzņēmumu ir privātās rokās, tādējādi veidojot pāri*

par 65% nacionālā kopprodukta, un tajos tiek algots pāri par divām trešdaļām no kopējā darbaspēka" (Naglis, 1998).

Latvijas sabiedrībā uzņēmumu privatizācijas process kopumā tiek vērtēts negatīvi. Tam ir savi objektīvi iemesli. Ja arī uzņēmuma darbība šodien ir sekmīga (piemēram, "Laima", "Latvijas balzāms", u. c.), pats privatizācijas process sabiedrības apziņā tiek saistīts ar korupciju. Savukārt neveiksmīgas privatizācijas piemērus var nosaukt ievērojami vairāk, kas tikai nostiprina uzņēmumu privatizācijas negatīvo tēlu. Latvijas sabiedrības apziņā stabilu vietu ir ieņēmuši vairāki mīti. Viens no tiem ir PSRS laika industriālā mantojuma nozīme, savukārt otrs – K. Ulmaņa realizētās saimnieciskās politikas pozitīvie rezultāti 20.gadsimta 30.gados. Jāatgādina, ka Latvija 20.gadsimtā no impērijām ir atdalījusies divas reizes. Ekonomiskās sekas ir novērtējamas kā līdzvērtīgas abos gadījumos, jo tika zaudēta pieeja Krievijas tirgum, rūpniecības nozarēm, kuras tika attīstītas PSRS iekšējo vajadzību apmierināšanai. Pirmā pasaules kara laikā realizētā evakuācija uz Krieviju iznīcināja Latvijas rūpniecību ar administratīviem piespiedu līdzekļiem. Savukārt pēc neatkarības atgūšanas tās teritorijā esošie uzņēmumi bija orientēti uz valsts liela apjoma plānveida pasūtījuma izpildi, kā arī to rīcībā esošās tehnoloģijas un iekārtas, kā arī pārvaldības sistēmas pēc savas būtības bija morāli novecojušas. Vienkārša uzņēmumu modernizācija, īpašuma tiesību pāreja vai publisko korporāciju pārvaldības modeļa nomaiņa neatrisina pamatjautājumu – publiskā (sabiedriskā) īpašuma izmantošanu sabiedrības interesēs. Tikai efektīva valsts uzņēmumu, tai skaitā publisko korporāciju, pārvaldības sistēma var nodrošināt sabiedrības interesēm (*res publica*) atbilstošu publiskajām personām piederošo uzņēmumu darbību.

Lai nodrošinātu Eiropas Savienības pamatprincipu – brīva preču, pakalpojumu un darbaspēka kustība, brīva konkurence – ieviešanu, dalībvalstis ir spiestas mainīt savu saimnieciskās darbības modeli. Valsts atbalsts visās tās formās ir viena no rūpīgāk uzraudzītajām jomām Eiropas Savienībā. Savukārt valsts atbalsta liegšana un iepriekš slēgto nozaru atvēršana noved pie publisko korporāciju pārveidošanas par privāto tiesību komerciālajiem uzņēmumiem. Jāatgādina par jau iepriekš minēto Komerclikuma 2.pantā ietverto regulējumu – nav pieļaujama ieruna par to, ka saimnieciskā darbība, kas veikta, izmantojot komercreģistrā ierakstīto firmu, nav komercdarbība. Tādējādi arī publiskajām personām piederošo kapitālsabiedrību darbības galvenais mērķis ir peļņas gūšana. Savukārt Latvijas Valsts pārvaldes iekārtas likuma (Valsts pārvaldes iekārtas likums, 2002) (turpmāk – VPIL) 88.pantā iekļautie regulējumi faktiski izslēdz no "parastas" saimnieciskās darbības publiskās personas, pakļaujot publisko (sabiedrisko) īpašumu pastāvīgam privatizācijas spiedienam. Šāds noregulējums labi iederas liberālās ekonomiskās un politiskās domas koncepcijās, kur publiskajām personām tiek atvēlēta nakts sarga loma (*night watchman*) (Misse, 1985).

Var piekrist L.Jevcukas un K.Ketnera izteiktajam viedoklim par iemesliem, kuru dēļ nepieciešams reorganizēt publiskajām personām piederošo kapitālsabiedrību pārvaldes modeli, kā arī autoru sniegtajai publisko personu kapitālsabiedrību darbības mērķu klasifikācijai (politiski, saimnieciski, sociāli) (Jevcuka, Ketners, 2011). Tai pašā laikā redzams izpratnes trūkums par publiskas personas saimnieciskās darbības iemesliem. Publiskas personas saimnieciskās darbības pamatā ir politiski noteiktu mērķu sasniegšana. Līdzīgi kā valsts pārvaldei, realizējot valsts pārvaldes intereses, nav savu interešu (VPIL 10.panta ceturtā daļa), publiskas personas kapitālsabiedrības darbības pamatā ir īpašnieka noteikto mērķu sasniegšana sabiedrības interesēs. Tādējādi VPIL 88.pantā iztrūkst paša galvenā – ģenerālklauzulas, kas noteiktu, kādu apsvērumu dēļ publiskas personas vispār drīkst iesaistīties komercdarbībā. Un šāds apsvērums var būt tikai viens – sabiedrības interešu nodrošināšana

kopumā. Visiem pārējiem šajā pantā nosauktajiem iemesliem ir tikai pakārtota nozīme, bet atsevišķos gadījumos tiem vispār nav nozīmes, ja publiskas personas saimnieciskās darbības mērķis ir vispārējo interešu nodrošināšana, kas ir publiskās korporācijas, neatkarīgi no juridiskās formas, darbības priekšnoteikums.

Darbības priekšnoteikuma izzušana ir pamats publiskas korporācijas darbības izbeigšanai vai tās pārveidošanai par "parastu" komercsabiedrību. Politiskie mērķi tiek sasniegti ar ekonomisku metožu un līdzekļu palīdzību, savukārt ekonomiskie priekšnoteikumi var būt politisku lēmumu pieņemšanas pamatā. Kā ekonomisko uzņēmumu, tā arī publisko korporāciju veiksmīga darbība ir atkarīga no to pārvaldības. Valsts mēģinājumi tiešā veidā vadīt saimniecisko dzīvi ar administratīvām metodēm savu efektivitātes trūkumu ir parādījusi dažādās politiskajās sistēmās, bet tās apvienojošais valsts kapitālisms sevi nekad nav attaisnojis ilgtermiņā. Tikai nodrošinot efektīvu publiskajām personām piederošo ekonomisko uzņēmumu un publisko korporāciju pārvaldības modeli, var panākt sabiedrības vispārējo interešu nodrošināšanu. Publiskajām personām piederošo kapitālsabiedrību pārvaldīšanas problēmjautājumi jau ilgstoši ir Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas (turpmāk – OECD) izpētes un rekomendācijas viena no jomām. Arī Latvijas vēlme iestāties šajā organizācijā ir saistīta ar publisko personu komercdarbības problemātikas aktualizāciju, kas pašreiz noslēgusies ar atsevišķu prioritāšu apstiprināšanu (Par publisko personu komercdarbības koncepciju, 2012).

OECD 2005.gadā formulēja valstij piederošo uzņēmumu pārvaldības vadlīniju pēdējo paaudzi (OECD, 2005). Vadlīniju preambulā formulētajām idejām par valsts uzņēmumu aizsardzību pret galvenajiem privāto korporāciju pārvaldes biediem – pārņemšanu un bankrotu, kā arī lēmumu pieņemšanas sistēmu, kas faktiski noved pie kolektīvās bezatbildības, var tikai piekrist (OECD, 2005). Arī citu ar publiskajām personām piederošajiem uzņēmumiem saistīto problēmjautājumu formulējumi ir precīzi, nepatīkami un pamatoti. OECD to ir ietvēris sešos principos:

"*A. Nepieciešams nodrošināt pilnīgu valsts kā īpašnieka funkciju nošķiršanu no citām valsts realizētajām funkcijām, kas varētu ietekmēt valsts uzņēmuma pastāvēšanu, it īpaši jautājumos, kas saistīti ar tirgus regulēšanu;*

B. Valdībām ir pienākums tipizēt valsts uzņēmumu darbību un to juridiskās formas. Šo uzņēmumu juridiskajai formai ir jāļauj kreditoriem pieteikt prasījumus un iniciēt maksātnespējas procedūru;

C. Visas saistības un pienākumus, kurus uzņēmumam ir pienākums uzņemties, nodrošinot sabiedriskos pakalpojumus, un kas pārsniedz vispārpieņemtās normas, ir nepieciešams skaidri definēt normatīvajos aktos. Sabiedrībai ir jāsniedz pieeja pilnai informācijai par visām saistībām un pienākumiem, kurus uzņēmums ir uzņēmies, kā arī nepieciešams sniegt saprotamu pārskatu par šo saistību segšanas avotiem;

D. Valsts uzņēmumi nevar tikt izslēgti no vispārējo tiesību piemērošanas jomas. Ieinteresētajām personām, ieskaitot konkurentus, ir jābūt brīvai un neierobežotai pieejai saistību piespiedu realizācijas mehānismiem gadījumos, kad tie uzskata, ka viņu tiesības ir tikušas ierobežotas;

E. Tiesību un normatīvā regulējuma sistēmai ir jābūt pietiekami elastīgai, lai atļautu izmaiņas valsts uzņēmuma pamatkapitāla struktūrā, ja tas ir nepieciešams uzņēmuma mērķu sasniegšanai;

F. Valsts uzņēmumiem ir jāatrodas konkurences situācijā jautājumu risināšanā, kas saistīti ar finansējuma piesaisti. Uzņēmumu saistība ar valstij piederošām komercbankām, valsts piederošām finanšu institūcijām un citām valstij piederošām kompānijām ir nepieciešams balstīt uz komerciāliem pamatiem." (OECD, 2005)

OECD vadlīnijās ir ietverts arī ieteikums tās izmantot arī publiskajām korporācijām, kuru darbībai nav komerciāla mērķa, tai skaitā korporācijām bez pastāvīgas juridiskas personas statusa. Motivācija ir visai pārliecinoša: "*Jo valsts un sabiedrība ir ieinteresēta, lai visu šo kategoriju uzņēmumi strādātu profesionāli un izmantotu pienācīgu pārvaldības praksi.*" (OECD, 2005). Šai tēzei ir visai grūti iebilst, vēl jo vairāk tādēļ, ka vadlīniju ieviešanai tiek aicināts pieiet pragmatiski. Uz pragmatisku pieeju norāda arī nozaru uzskaitījums, kur valsts uzņēmumu un publisko korporāciju darbība ir uzskatāma par parastu praksi: nozaru politika, reģionālā attīstība, vispārēja labuma pakalpojumu pieejamības nodrošināšana un "dabisko monopolu" darbība. Vienlaikus tiek norādīts, ka mūsdienās mainās šādas publisko personu darbības priekšnoteikumi un parasti to darbības pamatā ir sociālo, ekonomisko un stratēģisko interešu komplekss (OECD, 2005). Šāds novērtējums atzīstams pamatoti, jo mūsdienu apstākļos vairs nav iespējams ar sabiedrības interešu nodrošināšanu attaisnot, piemēram, pasta vai telekomunikāciju sektora slēgšanu konkurencei. Tomēr Eiropas Savienībā valdošās tendences un tā saucamās "tīklu" (*network*) direktīvas pilnībā maina arī citas nozares, kurās tradicionāli dominēja publiskās korporācijas, piemēram, dzelzceļš un energoresursu sadales tīkli.

Arvien vairāk vispārējas nozīmes pakalpojumi iegūst komerciālu nozīmi. Tādējādi tie klasificējami kā pakalpojumi ar vispārēju ekonomisku nozīmi. Savukārt šo pakalpojumu sniedzēja juridiskajai formai vislabāk atbilst komercsabiedrības statuss. Tas norāda, ka publiskās korporācijas, kuras darbības pamatā ir pakalpojumu sniegšana ar vispārēju ekonomisku nozīmi, visdrīzāk, tiks pārveidotas par komercsabiedrībām, lai nodrošinātu to darbības efektivitāti pieaugošā konkurences spiediena rezultātā. Šāda pieeja samazina tiešas administratīvās iejaukšanās iespējas šo uzņēmumu darbībā, bet vienlaikus būtiski ietekmē sabiedrības interešu ievērošanas komponenti, kura turpmāk būs atkarīga no komersanta darbības ekonomiskās efektivitātes. Latvijas gadījumā nepieciešams rast konsekventu pieeju publiskajām personām piederošo kapitālsabiedrību veidošanas modelim gadījumos, kad to darbības pamatmērķis ir saistīts ar vispārējas nozīmes pakalpojumu sniegšanu sabiedrībai, bet tam ir atlīdzības pakalpojuma raksturs. Līdzīgi kā Latvijas Nacionālas operas gadījumā šādu kapitālsabiedrību darbība noregulējama ar vispārsaistošu normatīvo aktu, kas atbilst publisko korporāciju veidošanas pamatprincipiem pasaulē.

Secinājumi

1. Publiskās korporācijas raksturo organizatoriska patstāvība un funkciju nošķirtība. Pēc savas juridiskās formas publiskajām personām parasti ir juridiskas personas tiesības, tomēr šis kritērijs nav noteicošais, jo tās var tikt veidotas kā publisko tiesību nodibinājumi vai pat iestādes bez juridiskas personas tiesībām. Mūsdienās publiskajām korporācijām ir pastāvīgas juridiskas personas statuss un tās tiek veidotas kā speciālas bezpeļņas organizāciju formas vai arī kā privāto tiesību kapitālsabiedrības.
2. Publisko korporāciju izveides pamatā ir mēģinājumi realizēt valsts pārvaldes funkcijas ar privāto tiesību līdzekļiem, vienlaikus saglabājot publiskās pārvaldes kontroli pār konkrēto pārvaldes uzdevumu izpildi. Novērojama arī pretēja tendence, kuras ietvaros privāto tiesību

joma tiek padarīta par publisko interešu jautājumu, to pilnīgi vai daļēji nacionalizējot, radot valsts monopolu nozarēs, kas tiek definētas kā īpaši nozīmīgas sabiedrības interesēm.

3. Kā veidojumi, kuros tiek apvienota publiskā vara un ekonomisko uzņēmumu iespējas ātri reaģēt uz situācijas izmaiņām, publiskās korporācijas atrodas ārpus parastā iestāžu un saimnieciskās darbības subjektu loka. Tas nereti nosaka nepieciešamību šādu tiesību subjektu izveidi veikt ar speciālu ārēju normatīvu aktu, lai nodrošinātu to īpašā statusa vai izņēmuma tiesību leģitimāciju.
4. Atbilstoši OECD vadlīnijās ietvertajam novērtējumam, valsts uzņēmumu un publisko korporāciju vispārējās darbības jomas ir saistītas ar nozaru politiku, reģionālo attīstību, vispārēja labuma pakalpojumu pieejamības nodrošināšanu un "dabiskajiem monopoliem". Šādas publisko personu saimnieciskās darbības pamatā ir sociālo, ekonomisko un stratēģisko interešu komplekss, kas rada problēmas ar pārmērīgu publiskās varas izmantošanu saimniecisko subjektu pārvaldē, to ekonomisko efektivitāti, kā arī konkurences izkropļojumiem. Kā vispārējs risinājums tiek piedāvāts veikt pasākumus, lai nodrošinātu valsts uzņēmumu un publisko korporāciju pārvaldības atbilstību OECD vadlīnijās formulētajiem principiem, lai nodrošinātu šo subjektu profesionālu darbību un sabiedrības interesēm atbilstošu pārvaldības praksi.
5. Latvijas normatīvajā regulējumā par publiskajām personām piederošajām kapitālsabiedrībām iztrūkst to darbības mērķa sasaistes ar sabiedrības interesēm, kapitālsabiedrības peļņa kā darbības kritērijs nevar būt pretrunā ar vispārējo interešu nodrošināšanu. Publisko personu komercdarbības ierobežojumu priekšnoteikumi, kuri ietverti VPIL 88.pantā, šobrīd tiek uztverti mehāniski bez sasaistes ar sabiedrības vispārējo vajadzību un interešu nodrošināšanu, kas pēc savas būtības ir vienīgais kritērijs, lai atzītu publiskās personas iesaistīšanos šāda veida darbībās par pamatotu.

Izmantotās literatūras saraksts

Aizsilnieks A. (1968). *Latvijas saimniecības vēsture 1914.–1945*. Stokholma: Daugava. 653. lpp.

Administratīvās apgabaltiesas 25.06.2012. spriedums lietā Nr. A43004511. 39. lpp. [tiešsaiste]. [Skatīts 23.01.2013.] – http://www.tiesas.lv/files/AL/2012/06_2012/25_06_2012/AL_2506_apg_AA43-0018-12_11.pdf

Bokalders J. (1929). Valsts saimniecības uzņēmumi. *Ekonomists* Nr. 5. 193.–196. lpp.

Bahnreform. [tiešsaiste]. [Skatīts 02.01.2013.] – http://www.bev.bund.de/bahnreform.htm

Bundesbahngesetz in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 931-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, das zuletzt durch Artikel 15 Absatz 111 des Gesetzes vom 5.Februar 2009 (BGB l. I S. 160) geändert worden ist. [tiešsaiste]. [Skatīts 02.01.2013.] – http://www.gesetze-im-internet.de/bbahng/BJNR009550951.html

Dunsdorfs E. (1962). *Latvijas Vēsture 1600–1710*. Daugava: Stokholma. 588. lpp.

Eiropas Padomes Direktīva 91/440/EEK "Par Kopienas dzelzceļa attīstību". (29.07.1991.). OV *L 237 , 24.08.1991. 0025.–0028. lpp.*

Deutsche Bahn Gründungsgesetz vom 27.Dezember 1993 (BGBl. I S. 2378, 2386; 1994 I S. 2439), das zuletzt durch Artikel 307 der Verordnung vom 31.Oktober 2006 (BGBl. I S. 2407) geändert worden ist – aktuāla redakcija [tiešsaiste]. [Skatīts 02.01.2013.] – http://www.gesetze-im-internet.de/dbgrg/BJNR238600993.html

Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums. LR likums. "*LV*" Nr.118 (4310), 28.07.2010. Spēkā no 11.08.2010. Pēdējie grozījumi 04.10.2012.

Enerģētikas likums. LR likums. "*LV*" Nr. 273/275 (1334/1336), 22.09.1998. Spēkā ar 06.10.1998. Pēdējie grozījumi 08.11.2012.

Entreprises contrôlées majoritairement par l'État. (2010). [tiešsaiste]. [Skatīts 05.01.2013.] – http://www.cndp.fr/stat-apprendre/insee/entreprises/qui/quisectpublic.htm

Friedmann W. (1954). The Public Corporation in Great Britain. *The Public Corporation. A Comparative Symposium*. Ed. by Friedmann W. Toronto: The Carswell Company. pp. 162.–190.

Friedmann W. (1954). A comparative analysis. *The Public Corporation. A Comparative Symposium*. Ed. by Friedmann W. Toronto: The Carswell Company, pp. 539.–594.

Friedmann W., Hufnagel H. (1954). The Public Corporation in Germany. *The Public Corporation. A Comparative Symposium*. Ed. by Friedmann W. Toronto: The Carswell Company, pp. 138.–161.

Grozījumi likumā "Latvijas Nacionālās operas likums". LR likums. "*LV*" Nr.200 (3984), 23.12.2008. Spēkā ar 24.12.2008.

Grozījumi likumā "Latvijas Nacionālās operas likums". LR likums. "*LV*" Nr.82 (3240), 25.05.2005. Spēkā ar 06.06.2005.

Grozījumi Komerclikuma spēkā stāšanās kārtības likumā. LR likums. "*LV*" Nr.61 (3009), 20.04.2004. Spēkā ar 01.05.2004.

Grozījumi Enerģētikas likumā. LR likums. "*LV*" Nr.52 (3210), 01.04.2005. Spēkā ar 15.04.2005.

Grozījumi Enerģētikas likumā. LR likums. "*LV*" Nr.298/299 (2209/2210), 23.08.2000. Spēkā ar 03.08.2000.

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 100–1, veröffentlichten bereinigten Fassung, das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 11. Juli 2012 (BGBl. I S. 1478) geändert worden ist [tiešsaiste]. [Skatīts 03.01.2013.] – http://www.gesetze-im-internet.de/gg/BJNR000010949.html

Hazard J. H. (1954). U.S.S.R. *The Public Corporation. A Comparative Symposium*. Ed. by Friedmann W. Toronto: The Carswell Company, pp. 374.–409.

Howard M. C., King J. E. (2001). State Capitalism in the Soviet Union. *History of Economics Review*, Nr.34, summer 2001. pp. 110.–126.

Jevcuka J, Ketners K. (2011). Latvijas valsts kapitālsabiedrību pārvaldības raksturojums, pastāvošās problēmas un iespējamie risinājumi. RTU zinātniskie raksti. Ekonomika un uzņēmējdarbība Nr.2. 39.–49. lpp.

Komerclikums. LR likums. "*LV*" Nr.158/160 (2069/2071), 04.05.2000. Spēkā ar 01.01.2002. Pēdējie grozījumi 29.11.2012.

Kavanagh D. (1990). *Thatcherism and British Politics: The End of Consensus? Oxford:* Oxford University Press.

Kaye J. (1993). Judge opinion in Robert L. Schulz, et al. v. State of New York, et al. 84 N.Y.2d 231 (1994), 3 No.137 [1994 NY Int. 127] [tiešsaiste]. [Skatīts 03.02.2013.] – http://www.law.cornell.edu/nyctap/I94_0127.htm

Mitchell J. (1999). The American Experiment with Government Corporations. M. E. Sharp: Armonk, NY. 224. lpp.

Misse L. (1985). Liberalism in the classical tradition. Third edition. New York: The Foundation for Economic Education, Inc./San Francisco: Cobden Press.

Most Europeans have gained from privatisation, and most believe in market forces. France's rulers and citizens alike believe in neither. *The Economist.* May 24th 2001 [tiešsaiste]. [Skatīts 12.01.2013.] – http://www.economist.com/node/631389

Naglis J. (1998). Privatizācija Latvijā pabeigta. *Privatizācijas Vēstis* Nr.12 (nosl. Nr.). [tiešsaiste]. [Skatīts 28.07.2010.] – http://www.lpa.bkc.lv/lpa/lpa.php?ID=11.1&file=Newsletter12LV.htm#B003

Noteikumi par valsts autonomiem uzņēmumiem. MK noteikumi. *Valdības Vēstnesis Nr.11*, 14.01.1922. Pieņemti 12.01.1922. Nav spēkā

OECD Guidelines on Corporate Governance of State-Owned Enterprises. (2005). Paris: OECD.

Par valsts un pašvaldību kapitāla daļām un kapitālsabiedrībām. LR likums. "*LV*" Nr. 149 (2724), 16.10.2002. Spēkā ar 01.01.2003. Pēdējie grozījumi 17.12.2009.

Par bezpeļņas organizāciju. LR likums. *Ziņotājs* Nr.6, 13.02.1992. Spēkā ar 17.12.1991. Zaudējis spēku 19.05.2006.

Par uzņēmējdarbību. LR likums. *Ziņotājs* Nr.42, 18.10.1990. Spēkā ar 01.12.1990. Zaudējis spēku 19.05.2006.

Par valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Latvijas Nacionālais teātris" izveidi. LR Ministru kabineta 04.08.2005. rīkojums Nr.515. "*LV*" Nr.124 (3282), 09.08.2005. Spēkā ar 04.08.2005. Bez grozījumiem.

Par publisko personu komercdarbības koncepciju. Ministru kabineta 04.06.2012. rīkojums Nr.245. "*LV*" Nr.88 (4691), 06.06.2012. Spēkā ar 04.06.2012.

Par valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Dailes teātris" izveidi. LR Ministru kabineta 04.08.2005. rīkojums Nr.514. "*LV*" Nr.124 (3282), 09.08.2005. Spēkā ar 04.08.2005. Bez grozījumiem.

Pakalns K. (1930). Mūsu valsts saimniecības uzņēmumi. *Ekonomists* Nr. 14/15. 589.–594. lpp.; *Ekonomists* Nr.16/17. 653.–659. lpp.

Peter J. G. (1996). Ordered Liberty: A Constitutional History of New York. New York: Fordham University Press.

Public Authorities by the Numbers. (2013). Office of the State Comptroller. 17. lpp. – https://www.osc.state.ny.us/reports/pubauth/public_authorities_btn_2013.pdf

Latvijas Nacionālās operas likums. LR likums. "*LV*" Nr.88 (2663), 12.06.2002. Spēkā ar 26.06.2002. Pēdējie grozījumi 30.12.2008.

Likums par ostām. LR likums. "*LV*" Nr.80 (211), 12.07.1994. Spēkā no 26.07.1994. Pēdējie grozījumi 16.12.2010.

Stabuschs O. (1921). Walsts usņehmumu autonomija. *Ekonomists* Nr. 8, 15.04.1921. 337.–340. lpp; *Ekonomists* Nr.9. 385.–388. lpp.

Silicani J. L. (2011). *La situation du service public et les principes directeurs dans la fonction publique en France*. C colloque ENA/FIU 13/09/2011. 7. lpp. [tiešsaiste]. [Skatīts 05.01.2013.] – http://www.ena.fr/index.php?/fr/recherche/colloques-manifestations/L-evolution-comparee-des-systemes-d-administration-publique-en-France-et-aux-Etats-Unis-d-Amerique-13-septembre-2011/Compte-rendu-du-premier-Dialogue-en-administration-publique-tenu-a-Strasbourg-le-13-septembre-2011-entre-l-Ecole-nationale-d-administration-et-l-Universite-internationale-de-Floride

Stromberg H. (1954). The public corporations in Sweden. *The Public Corporation. A Comparative Symposium*. Ed. by Friedmann W. Toronto: The Carswell Company. pp. 324.–337.

The Constitution of the State of New York (1938). Datu par publikāciju nav. Actual revision 01.01.2011. [tiešsaiste]. [Skatīts 31.12.2012.] – http://www.dos.ny.gov/info/constitution.htm

Valsts un pašvaldību īpašuma privatizācijas un privatizācijas sertifikātu izmantošanas pabeigšanas likums. LR likums. "*LV*" Nr.104 (3262), 06.07.2005. Spēkā no 01.09.2005. Pēdējie grozījumi 05.05.2011.

Valsts pārvaldes iekārtas likums. LR likums. "*LV*" Nr.94 (2669), 21.06.2002. Spēkā ar 01.01.2003. Pēdējie grozījumi 13.05.2010.

Vinocur N., Le Guernigou Y. (2012). French minister wants Mittal out of Franc. *Reuter*. [tiešsaiste]. [Skatīts 12.01.2013.] – http://uk.reuters.com/article/2012/11/26/uk-france-arcelormittal-idUKBRE8AP0I420121126

Федеральный закон "О некоммерческих организациях" от 12.01.1996., N7–ФЗ. Собрание законодательства РФ, 15.01.1996., N 3, ст.145. **Действующая редакция** с изм. и доп. вступающими в силу с 21.11.2012 [tiešsaiste]. [Skatīts 01.01.2013.] – http://www.consultant.ru/popular/nekomerz/

Проект Концепции развития законодательства о юридических лицах. (2009). Москва: Совет при Президенте Российской Федерации по кодификации и совершенствованию гражданского законодательства.. [tiešsaiste]. [Skatīts 01.01.2013.] – http://www.privlaw.ru/vs_info2.html

Курбатов А. Я. Сферы деятельности государственных корпораций. *Корпоративный юрист*. 2009. Nr.6. с.9.–12.;

Иоффе О. (2005). *Юрист*. 2005. Nr.5. [tiešsaiste] [Skatīts 02.01.2013.] – http://www.law.edu.ru/doc/document.asp?docID=1232422

Братусь С. Н. (1947). Юридические лица в советском гражданском праве: Понятие, виды, государственные юридические лица. Всесоюзный институт юридических наук Минюста СССР: Москва. 364 с.

VIDES PRASĪBU VĒRTĒŠANA PUBLISKAJOS IEPIRKUMOS

ASSESSMENT OF ENVIRONMENTAL REQUIREMENTS IN PUBLIC PROCUREMENT

Una Skrastiņa
Biznesa augstskolas Turība doktorante, Latvija

Džeina Gaile
Latvijas Universitāte, Latvija

Public procurement has an essential role in a democratic society as one of the market instruments to fulfil the needs of the society and provide an efficient use of public funding. Evaluation of tenders is one of the most important steps of procurement as it results in the award of a contract. The use of appropriate contract award criteria in public procurement is a major way to impact the surrounding environment, as the contracting authorities are entitled to set requirements related to the environment as criteria for a qualitative selection, or to set environmental characteristics as criteria for selecting the most economically advantageous tender. The regulations in the area of environment get more severe in the whole Europe. The aim of this article is to summarize the existing information about the assessment of environmental requirements in public procurement, including the aims set by the European Commission, as well as the legislative regulations and practice in Latvia, exploring the possible environmentally friendly award criteria and problems encountered in practice. The research methods used are the descriptive, dogmatic and analytical methods. The author concludes that despite the existence of a sufficient legal basis for the organisation of "green procurement", this potential has not been fully used in this country due to the lack of knowledge and experience, and also due to the lack of specific aims in this field. The aforementioned considerations suggest that there is a need for improvement.

***Atslēgas vārdi**: vide, publiskais iepirkums, vērtēšana.*

Ievads

Vides jautājumi ir kļuvuši par ikdienā bieži apspriežamu tematu. Mūsu dzīvi ietekmē apkārtējā **vide**, tāpat kā mēs ietekmējam to, un daudzos no mums mājo apziņa, ka pret apkārtējo vidi jāizturas saudzīgi. Tomēr mūsdienu straujajā dzīves ritmā bieži tiek aizmirsts, cik ļoti mūsu izvēles ietekmē apkārtni, radot gan negatīvu, gan pozitīvu ietekmi. Tā kā pieprasījums rada piedāvājumu, pircēju noteiktās prasības var būtiski ietekmēt piedāvāto preču kvalitāti. Jo apjomīgākas šīs izvēles, jo lielāka ietekme, līdz ar to nebūs pārspīlēts, sakot, ka valsts iestādes, pašvaldības un citas publiskā sektora institūcijas apkārtējos procesus spēj ietekmēt būtiskāk, kā katrs no mūsu atsevišķajiem ikdienas lēmumiem. Tiešākais veids, kādā notiek šī ietekme, ir iepērkot valstij un sabiedrībai nepieciešamās preces, pakalpojumus un būvdarbus. Publiskie iepirkumi, kas ir viens no publisko līdzekļu izmantošanas veidiem, 2011.gadā veidoja 9% no iekšzemes kopprodukta. (Iepirkumu uzraudzības birojs, 2012a). Tādēļ pasūtītājiem, nosakot prasības nepieciešamajām precēm, pakalpojumiem un būvdarbiem, ir iespēja veicināt kopējo mērķu īstenošanu. Arī piedāvājumu vērtēšanas kritēriju pareiza izvēle publiskajos iepirkumos ir veids, kā ietekmēt apkārtējo vidi. Tādēļ šajā rakstā apskatīsim, kāds ir tiesiskais regulējums, kas nosaka šīs izvēles par labu vienai vai otrai precei vai pakalpojumam tieši

saistībā ar vides aspektiem gan Eiropas Savienībā, gan Latvijā. Raksta mērķis ir apkopot šobrīd esošo informāciju par vides prasībām un to piemērošanu publiskajos iepirkumos, tai skaitā informējot par sasniedzamajiem mērķiem vides jomā, normatīvo regulējumu, veidiem, kā ar publisko iepirkumu palīdzību sasniegt šos mērķus, norādot arī avotus, kas palīdz regulējuma praktiskajā piemērošanā. Tāpat norādīts, kādā virzienā paredzama vides prasību attīstība publisko iepirkumu kontekstā, savukārt raksta beigās apkopoti secinājumi par esošo situāciju un problēmām. No zinātniskās pētniecības metodēm šajā darbā izmantota deskriptīvā (aprakstošā) metode, ar kuras palīdzību tiek noskaidrots vides prasību jēdziens publiskajos iepirkumos, dogmatiskā metode, kas tiek lietota, lai iegūtu tiesisko normu, kas regulē vides prasības, juridiskā satura pareizu izpratni un analītiskā metode, ar kuru noskaidrots un vērtēts šo normu saturs.

1. Kāds ir mērķis?

Eiropas Savienības (turpmāk – "ES"), līdz ar to arī Latvijas attīstības virzieni noteikti 2010.gada 17.jūnijā apstiprinātajā stratēģijā "Eiropa 2020: stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un iekļaujošai izaugsmei" (turpmāk – "Stratēģija "Eiropa 2020""). Kā norādīts tās kopsavilkumā, mums ir vajadzīga stratēģija, kas palīdzētu izkļūt no krīzes spēcīgākiem un padarīt ES par gudru, ilgtspējīgu un integrējošu ekonomiku ar augstu nodarbinātības, ražīguma un sociālās kohēzijas līmeni. Stratēģija "Eiropa 2020" izvirza trīs prioritātes, kuras savstarpēji pastiprina cita citu:

1. gudra izaugsme – uz zināšanām un inovāciju balstītas ekonomikas attīstība;
2. ilgtspējīga izaugsme – resursu ziņā efektīvākas, videi nekaitīgākas un konkurētspējīgākas ekonomikas veicināšana;
3. integrējoša izaugsme – tādas ekonomikas veicināšana, kurā ir augsts nodarbinātības līmenis un kas nodrošina sociālo un teritoriālo kohēziju. (Eiropas Komisija, 2010).

Kā redzams, jau prioritārā līmenī ir nostiprināts videi nekaitīgākas saimniekošanas princips, kas vienīgais ilgtermiņā spēj nodrošināt saprātīgu resursu patēriņu un to saglabāšanu nākamajām paaudzēm. Kā vienu no septiņām pamatiniciatīvām Eiropas Komisija (turpmāk – "EK") norāda "Resursu ziņā efektīva Eiropa", kuras mērķis ir veicināt ekonomiskās izaugsmes nodalīšanu no resursu izmantošanas, atbalstīt pāreju uz ekonomiku ar zemu oglekļa emisiju saturu, palielināt atjaunojamu enerģijas avotu izmantošanu, modernizēt transporta nozari un veicināt energoefektivitāti. No tā izriet arī mērķis samazināt siltumnīcas efektu izraisošo gāzu emisijas vismaz par 20% salīdzinājumā ar 1990.gada līmeni vai par 30%, ja tam ir atbilstoši nosacījumi; atjaunojamo enerģijas avotu izmantošanu galīgajā enerģijas patēriņā palielināt līdz 20% un par 20% palielināt energoefektivitāti. Stratēģijā norādīts, ka šīs pamatiniciatīvas ietvaros ES līmenī Komisija strādās pie tā, lai nostiprinātu regulējumu, uz tirgu balstītu, instrumentu izmantošanai (piemēram, emisiju tirdzniecība, enerģijas nodokļu pārskatīšana, valsts atbalsta shēmas, kas sekmē videi nekaitīga publiskā iepirkuma plašāku izmantošanu). (Eiropas Komisija, 2010). Kā redzams, iepirkumi ir viens no veidiem, kā īstenot norādītos mērķus. Valstu līmenī dalībvalstīm būs jāveic uzdevumi, tai skaitā:

- izvērst tādus, uz tirgu balstītus, instrumentus kā fiskālās iniciatīvas un iepirkums, lai pielāgotu ražošanas un patēriņa metodes;
- izmantot regulējumu, veidojot darbības standartus un tādus, uz tirgu balstītus, instrumentus kā nodokļi, subsīdijas un iepirkums, lai samazinātu enerģijas patēriņu un resursu izmantošanu;

- izmantot struktūrfondus, lai veiktu ieguldījumus sabiedrisko ēku energoefektivitātē, kā arī efektīvākā pārstrādē. (Eiropas Komisija, 2010).

Minētais skaidri iezīmē virzienu, kādā nepieciešams doties gan ES kopumā, gan katrai dalībvalstij atsevišķi.

Arī Latvijas Nacionālajā attīstības plānā 2014.–2020.gadam kā viens no rīcības virzienā "Dabas un kultūras kapitāla ilgtspējīga apsaimniekošana" veicamajiem uzdevumiem ir energoefektīvu un ekoloģiskas izcelsmes preču un pakalpojumu ("Zaļais publiskais iepirkums") plašāka nodrošināšana publiskajos iepirkumos. (Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2014.–2020.gadam, 2012).

Līdz ar to secināms, ka jau pastāv augsta līmeņa politiski uzstādījumi, kas paredz vides faktoru ietekmes novērtēšanu un kuros noteikti arī vispārēji mērķi šai jomā, tomēr jautājums, kā tos izdosies ieviest ikdienā.

2. Kā to varētu īstenot ikdienā?

Saistībā ar **vides** prasībām tiek lietots jēdziens "zaļais publiskais iepirkums" (turpmāk – "ZPI"), kas ir sistemātiska vides (arī sociālu) nosacījumu integrēšana visās ar preču vai pakalpojumu iepirkumu saistītās darbībās, un tas ir viens no **vides** politikas instrumentiem, ar kura palīdzību iespējams:

- samazināt ietekmi uz **vidi**– katra nopirktā prece (vai pakalpojums) atstāj ietekmi uz vidi visās tās aprites cikla stadijās (ražošana – lietošana – pārstrāde otrreizējai izmantošanai vai noglabāšana atkritumu izgāztuvē);
- veicināt sociālus uzlabojumus – ar iepirkumu procedūrā iestrādātu nosacījumu palīdzību iespējams nodrošināt labākus darba apstākļus, piemēram, būvniecībā, vai nodrošināt jaunbūves pieejamību invalīdiem;
- panākt ietaupījumus budžetā – plānojot iegādāties kādu preci vai pakalpojumu, vispirms tiek izvērtētas reālās vajadzības, tādējādi samazinot iepirkumu apjomu. Otrkārt, tiek izdarīts preces aprites cikla izmaksu novērtējums. Tādā veidā iespējams ņemt vērā visus faktorus (ne tikai preces vai pakalpojuma sākotnējo cenu, bet arī ekspluatācijas un radīto atkritumu apsaimniekošanas izmaksas) un galarezultātā panākt līdzekļu ekonomiju. (Iepirkumu uzraudzības birojs, b.g.a).

Kā norāda EK, ZPI var noderēt dažādu mērķu sasniegšanai un to var īstenot dažāda veida iepirkumos. Attiecībā uz energoefektivitāti iespējams uzlabot jauno un atjaunoto sabiedrisko ēku energoefektivitāti, veicināt energoefektīvāku biroja iekārtu (personālo datoru, printeru, kopētāju u.c.) iepirkumu un efektīvāku automašīnu iepirkumu sabiedriskā transporta parkos. Attiecībā uz atjaunojamo enerģijas avotu izmantošanas veicināšanu iespējams "zaļās" elektroenerģijas iepirkums un alternatīvās degvielas izmantošana sabiedriskajam transportam un sabiedriskā transporta parkos. Iespējama gaisa piesārņojuma samazināšana pilsētās, veicot autobusu un autoparka automašīnu iepirkumu ar samazinātām cieto daļiņu un slāpekļa oksīdu emisijām, tāpat kā eitrofikācijas samazināšana, veicot bioloģiskajā lauksaimniecībā saražotas pārtikas iepirkumus. Cīņai ar mežu daudzuma samazināšanos izmantojams koksnes vai koksnes izstrādājumu iepirkums vienīgi no likumīgi apsaimniekotiem avotiem, kā arī tādas koksnes īpatsvara palielināšana, kas iegūta ilgtspējīgi apsaimniekotos mežos. Tāpat iespējama dabas resursu saglabāšana, veicot tādu izstrādājumu iepirkumus, kas izgatavoti no

otrreizēji pārstrādātiem materiāliem; papīra izmantošanas samazināšana, pērkot printerus, kas nodrošina drukāšanu uz abām lapas pusēm; vairākfunkciju ierīču izmantošanas veicināšana, veselībai nekaitīgi darba apstākļi darbiniekiem, studentiem, slimnīcu pacientiem u.c., nekaitīgu tīrīšanas līdzekļu izmantošana; ilgtspējīgi ražotas pārtikas pasniegšana ēdnīcās; kaitīgu vielu neizmantošana ēku celtniecībā un atjaunošanas darbos. (Eiropas Komisija, 2008).

Kā redzams, gandrīz katrā iepirkumā iespējams pievērst uzmanību vides aspektiem, sniedzot pienesumu vides stāvokļa uzlabošanai. Turpmāk aplūkosim to, kā tas šobrīd iedzīvināts normatīvajā regulējumā, vēršot uzmanību tieši uz piedāvājuma vērtēšanas kritērijiem.

3. Normatīvais regulējums

Klasisko publisko iepirkumu sektoru šobrīd regulē Eiropas Parlamenta un Padomes 2004.gada 31.marta direktīva 2004/18/EK par to, kā koordinēt būvdarbu valsts līgumu, piegādes valsts līgumu un pakalpojumu valsts līgumu slēgšanas tiesību piešķiršanas procedūru (2004) (turpmāk – "Direktīva 2004/18/EK"). Kā norādīts tās preambulā, saskaņā ar Līguma 6.pantu, nosakot un īstenojot Kopienas politiku un darbību jomās, kas minētas Līguma 3.pantā, jāņem vērā vides aizsardzības prasības, jo īpaši tādēļ, lai veicinātu ilgtspējīgu attīstību. Tādēļ minētā direktīva precizē to, kādā veidā pasūtītāji var dot ieguldījumu vides aizsardzībā un ilgtspējīgas attīstības veicināšanā, vienlaikus nodrošinot iespēju ar līgumiem panākt visizdevīgāko piedāvājumu, norāda ES Tiesa lietā C-368/10 *EK pret Nīderlandes Karalisti*. (Eiropas Savienības Tiesa, 2012).

Vides prasības iespējams ņemt vērā dažādos veidos, viens no tiem ir, nosakot ar vidi saistītu faktorus kā piedāvājuma vērtēšanas kritērijus. Izvēloties šos kritērijus, vienlaikus jāņem vērā, ka līgumu slēgšanas tiesības jāpiešķir, pamatojoties uz objektīviem kritērijiem, kas nodrošina atbilstību pārredzamības, nediskriminēšanas un vienādu iespēju principam un kas garantē piedāvājumu novērtēšanu efektīvas konkurences apstākļos. Atbilstoši Direktīvas 2004/18/EK 53.pantam piemērojami divi piedāvājuma izvēles kritēriji – zemākā cena un ekonomiski visizdevīgākais piedāvājums, kura piemērošanas gadījumā ņem vērā dažādus kritērijus saistībā ar konkrētā valsts līguma priekšmetu, piemēram, kvalitāti, cenu, tehnisko vērtību, estētiskās un funkcionālās īpašības, vides raksturlielumus, ekspluatācijas izmaksas, izmaksu lietderību, garantijas remontu un tehnisko palīdzību, piegādes datumu un piegādes vai darbu pabeigšanas laikposmu.

Šis regulējums Latvijas normatīvajos aktos pārņemts ar Publisko iepirkumu likuma (2006) 46.pantu, atbilstoši kura pirmajai daļai ir šādi piedāvājuma izvēles kritēriji: 1) saimnieciski visizdevīgākais piedāvājums, kurā ņemti vērā tādi faktori kā piegāžu vai līguma izpildes termiņi, ekspluatācijas izmaksas un citas izmaksas, to efektivitāte, būvdarbu, preču vai pakalpojumu kvalitāte, estētiskais un funkcionālais raksturojums, vides prasību ievērošana, tehniskās priekšrocības, rezerves daļu pieejamība, piegāžu drošība, cena un citi ar līguma priekšmetu saistīti faktori, kuriem jābūt konkrēti izteiktiem un objektīvi salīdzināmiem vai izvērtējamiem; 2) piedāvājums ar viszemāko cenu. Atbilstoši šī panta otrajai daļai kā pamata izvēles kritērijs vērā ņemams tieši saimnieciski visizdevīgākais piedāvājums, kura ietvaros iespējams ņemt vērā arī dažādus ar vidi saistītus faktorus.

Tā kā vides faktorus var izvirzīt gan kā obligātas prasības, norādot tos tehniskajā specifikācijā, gan kā faktorus, kuri dod papildu priekšrocības, iekļaujot kā vērtēšanas kritērijus saimnieciski visizdevīgākā piedāvājuma gadījumā, būtu jāņem vērā vairāki apsvērumi, novērtējot, vai ekoloģiskam

raksturlielumam ir jābūt minimālai prasībai (specifikācijai) vai priekšrocībai (piešķiršanas kritērijam). Piešķiršanas kritērijus vides jomā var piemērot tad, ja, piemēram, nav pārliecības par noteiktiem vides mērķiem atbilstošu produktu, būvdarbu vai pakalpojumu izmaksām un/vai pieejamību tirgū. Iekļaujot šos aspektus piešķiršanas kritērijos, tos var izsvērt salīdzinājumā ar citiem aspektiem, tostarp izmaksām. Tāpat tehniskajās specifikācijās var noteikt minimālos darbības rezultātus un posmā, kad tiek piešķirtas tiesības slēgt līgumu, piešķirt papildpunktus par vēl labāku sniegumu. Šo pieeju veiksmīgi var izmantot, lai, īstenojot ZPI, saglabātu elastīgumu. (Eiropas Komisija, 2011c). Kā redzams, pasūtītājiem ir plašas izvēles iespējas, un tie var izvēlēties savai konkrētajai situācijai labāko veidu, kā ņemt vērā vides aspektus.

Tāpat Publisko iepirkumu likuma 21.pants paredz, ka pasūtītājs ir tiesīgs paredzēt speciālus līguma izpildes noteikumus galvenokārt saistībā ar sociālajiem apstākļiem vai **vides** aizsardzības prasībām, ievērojot nosacījumu, ka šie noteikumi nav pretrunā ar ES tiesībām un ir norādīti tehniskajās specifikācijās vai paziņojumā par līgumu. (Publisko iepirkumu likums, 2006).

Publisko iepirkumu likuma 46.[1]pantā iekļauts arī īpašs regulējums attiecībā uz iepirkumiem autotransporta jomā, atbilstoši kuram pasūtītājs, rīkojot autotransporta līdzekļu iepirkumu, ņem vērā to ekspluatācijas ietekmi uz enerģētiku un vidi un šai nolūkā izvērtē vismaz enerģijas patēriņu un oglekļa dioksīda, slāpekļa oksīdu, metānu nesaturošo ogļūdeņražu un cieto daļiņu emisiju apjomu. Kā norādīts šī panta trešajā daļā, šā panta pirmās daļas prasības pasūtītājs izpilda vienā no šādiem veidiem: 1) tehniskajās specifikācijās iekļauj prasības attiecībā uz enerģijas patēriņa un šā panta pirmajā daļā minēto vielu emisiju apjomu, kā arī, ja nepieciešams, citiem ietekmes uz vidi aspektiem; 2) izvērtē ekspluatācijas ietekmes uz enerģētiku un vidi faktorus, nosakot piedāvājumu vērtēšanas kritērijus saskaņā ar šā likuma 46.pantu. Pasūtītājs minētos faktorus ir tiesīgs izteikt un izvērtēt naudas izteiksmē, izmantojot Ministru kabineta noteikto metodiku autotransporta līdzekļu ekspluatācijas izmaksu aprēķināšanai. Kā redzams, pasūtītājam atkal dota izvēles iespēja, tomēr pienākums ņemt vērā ar vidi saistītus aspektus padarīts par obligātu.

Jāņem vērā, ka šobrīd vides prasības ir obligātas ne tikai autotransporta jomā, tās attiecas arī uz biroja IT aprīkojumu (centrālo valsts iestāžu iegādātajiem IT produktiem jāatbilst jaunākajām minimālajām energoefektivitātes prasībām, kā noteikts ES "*Energy Star"* regulā (Regula (EK) Nr.106/2008 par Kopienas biroja iekārtu energoefektivitātes marķēšanas programmu, kas gan attiecas uz piegādes līgumiem, kuru vērtība pārsniedz publisko iepirkumu direktīvās noteiktās robežvērtības), kā arī **ēkām** — vēlākais no 2013.gada visos jaunbūvju un liela apjoma ēku rekonstrukcijas projektos būs jāievēro minimālās energoefektivitātes prasības; no 2019.gada 1.janvāra visām jaunajām ēkām, kuras atrodas valsts īpašumā vai kurās atrodas valsts iestādes, jābūt "gandrīz nulles enerģijas patēriņa ēkām" (Direktīva 2010/31/ES par ēku energoefektivitāti (pārstrādāta versija)). (Eiropas Komisija, 2011c).

ES Tiesas lietā C-513/99 *Concordiabus* norādīts, ka **vides** kritērijus var ņemt vērā, vērtējot noteiktu vielu vai savienojumu klātbūtni produktā (piemēram, dzīvsudrabs, hlors, fosfāti u.c.); salīdzinot noteiktu nevēlamu vielu un savienojumu koncentrāciju (piemēram, svina (Pb) īpatsvars sienu būvniecībā izmantojamos materiālos); paredzot noteiktu punktu piešķiršanu par vēlamo apstrādes un ražošanas metožu izmantošanu (piemēram, balināšanas procesā nav izmantoti hlororganiskie savienojumi); salīdzinot preces lietošanas ilgumu (piemēram, apgaismojuma spuldzītes "dzīves garumu" stundās) u.tml. (Eiropas Savienības Tiesa, 2002), kā arī ir daudz skaidrojumu, kā **vides** normas ietvert iepirkumu dokumentācijā, tāpēc šis jautājums darba ietvaros dziļāk netiks pētīts, tomēr

jāņem vērā, ka iepirkuma procedūrās atļauts ietvert tikai tādus **videi** draudzīgus kritērijus, kuri nav diskriminējoši.

Secināms, ka pasūtītājiem normatīvajos aktos ir dotas iespējas, veicot iepirkumus, izvērtēt ar vidi saistītus faktorus, un autotransporta jomā tas jau ir padarīts par pienākumu, tātad "zaļais publiskais iepirkums"– iepirkuma procedūra, kurā tiek ņemti vērā vides aspekti – jau sen ir iespējams.

4. Kāda palīdzība ir pieejama, veicot ZPI?

ZPI īstenošanai ir pieejamas noderīgas vadlīnijas, kā arī EK kopā ar dalībvalstīm 2008.gadā izstrādāja konkrētus piemērus (Eiropas Komisija, 2008), kā var piemērot **vides** aizsardzības kritērijus piedāvājumu vērtēšanā (Iepirkumu uzraudzības birojs, b.g. b), piemēram, būvniecības, transporta, pārtikas un daudzās citās jomās, kā arī ir pieejams ZPI tiesiskā regulējuma skaidrojums (*European Commission*, 2008). Piemēri izstrādāti saskaņā ar dažādu dalībvalstu pieredzi, un savstarpējām konsultācijām par piemēru izvēloties populārākās publisko iepirkumu preces un pakalpojumus. Informācija pieejama arī dažādās mājaslapās, piemēram, projekta "*Buysmart*" mājaslapā (*Buy Smart+*. Zaļais iepirkums Eiropā, b.g.).

EK ir izstrādājusi rokasgrāmatu "**Videi** draudzīgs "iepirkums". **Videi** draudzīga valsts iepirkuma rokasgrāmata" (Eiropas Kopienas, 2005) un "*Buyinggreen*" (*Eiropean Commission*, 2011), kas sniedz praktiskus padomus zaļā publiskā iepirkuma organizēšanai, tāpat EK turpina norādīt jaunāko informāciju ZIP jomā savā mājaslapā (*European Commission*, b.g.). EK paziņojums par programmas ENERGY STAR īstenošanu ES laikposmā no 2006. līdz 2010.gadam (Eiropas Komisija, 2011a) arī ietver virkni ar ieteikumiem, kā vērtēšanā ietvert **videi** draudzīgus nosacījumus. Šī informācija apkopota arī Iepirkumu uzraudzības biroja mājaslapā sadaļā "Zaļais iepirkums" (Iepirkumu uzraudzības birojs, b.g. a), tātad pasūtītājiem šī informācija ir pieejama un ikdienā lietojama.

Arī Vides ministrija 2008.gadā izstrādājusi informatīvo ziņojumu par situācijas novērtējumu un ieteikumus "Ieteikumi zaļā publiskā iepirkuma veicināšanai valsts un pašvaldību institūcijās" un "Ieteikumi videi draudzīgas būvniecības veicināšanai" (Vides ministrija, 2008).

5. Kur esam šobrīd?

Atbilstoši Iepirkumu uzraudzības biroja mājaslapā pieejamai informācijai 2011.gadā, izsludinot iepirkumus, pasūtītāji 778 publikācijās norādījuši, ka iepirkumā ir iekļauti speciāli līguma izpildes noteikumi saistībā ar vides aizsardzību, kā arī vienlaikus par vides aizsardzības prasībām norādīts 763 rezultātu paziņojumos par kopējo līgumcenu 275,9 milj. Ls. Lielais šāda publikāciju skaita pieaugums 2011.gadā salīdzinājumā ar 2010.gadu, kad publikācijās atzīme par iepirkumu dokumentos iekļautām vides aizsardzības prasībām tika izdarīta tikai 416 iepirkumu izsludināšanas paziņojumos un 479 iepirkumu rezultātu paziņojumos, galvenokārt skaidrojams ar to, ka 2011.gada 6.janvārī stājās spēkā Ministru kabineta 2010.gada 21.decembra noteikumi Nr.1184 "Noteikumi par transportlīdzekļu kategorijām, uz kurām iepirkumos attiecināmas īpašas prasības, un transportlīdzekļu darbmūža ekspluatācijas izmaksu aprēķināšanas metodiku", kuri noteica tās transportlīdzekļu kategorijas, uz kurām iepirkumos ir attiecināmas Publisko iepirkumu likuma 46.[1]pantā un Sabiedrisko pakalpojumu sniedzēju iepirkumu likuma 19.pantā minētās prasības. Līdz ar to lielai daļai transportlīdzekļu iepirkumu publikācijās pasūtītāji norādījuši, ka šo iepirkumu dokumentācijā ir iekļautas vides

aizsardzības prasības. (Iepirkumu uzraudzības birojs, 2012b). Kā redzams, obligāta pienākuma noteikšana izmantot vides prasības iepirkumos rada tūlītēju efektu. Arī, piemēram, Klimata pārmaiņu finanšu instrumenta (KPFI) projektu konkursos zaļais iepirkums ir obligāts nosacījums un viens no vērtēšanas kritērijiem, jo KPFI ir valsts budžeta programma, kurā līdzekļus piesaista, Latvijai darbojoties starptautiskajā siltumnīcefekta gāzu (SEG) emisiju tirdzniecībā saistībā ar Kioto protokolu. (Osis, 2010)

Par iepirkumā izvirzītām vides aizsardzības prasībām, izsludinot iepirkumus, galvenokārt norāda tās iestādes, kuras darbojas mežsaimniecībā un vides aizsardzībā, kā arī vairākas pašvaldības. Galvenokārt vides aizsardzības prasības tiek izvirzītas autoceļu un meža autoceļu rekonstrukcijas, ēku energoefektivitātes paaugstināšanas iepirkumos, ūdenssaimniecības attīstībā, ķīmisko un sadzīves atkritumu savākšanā, transportlīdzekļu iegādē un nomā. 2011.gadā naudas ziņā apjomīgākais iepirkums, kuram izvirzītas vides aizsardzības prasības, ir Valsts akciju sabiedrības "Latvijas dzelzceļš" iepirkums "Šķirotavas stacijas šķirošanas uzkalna rekonstrukcija" par kopējo līgumcenu EUR 38850808 (Ls 27 304 503,26) un LR Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas iepirkums "Ūdensapgādes un kanalizācijas sistēmu paplašināšana Mārupē un Katlakalnā" par kopējo līgumcenu Ls 22 117 774,81. (Iepirkumu uzraudzības birojs, 2012b). Diemžēl nav veikts pētījums par to, kādu praktisku rezultātu ir devusi vides prasību ietveršana šajos iepirkumos, līdz ar to nav iespējams izdarīt secinājumus par to lietderību un pozitīvo pienesumu.

Savukārt privātajā jomā zaļā iepirkuma efektivitāte un noderīgums tika izmēģināti vairāk nekā 20 pilotprojektos visā Eiropā. Savu zaļo domāšanu apliecināja arī Latvijas uzņēmumi – viens no trim Latvijas pilotprojektiem tika īstenots Rīgas Juridiskajā augstskolā, iepērkot LCD monitorus. Ar zaļā iepirkuma palīdzību tika veikts vairāku piedāvājumu salīdzinājums, un, vadoties no aprēķinu rezultātiem, tika pieņemts lēmums, kas ļauj ieekonomēt 330 eiro un 320 kg CO_2 gadā. SIA "ITWorks" kā pilotprojektu veica vieglo automašīnu salīdzinājumu, bet viesnīca "TOMO", pateicoties pareizi iegādātām spuldzēm, katru gadu ekonomē 2500 eiro uz apgaismojuma efektivitātes paaugstināšanas rēķina. (Bulgakova, Kazinovska, b.g.).

6. Kas ir gaidāms turpmāk?

Autore secina, ka vides prasību piemērošanai ir radīta gan tiesiskā vide, gan arī vadlīnijas, kā šos kritērijus piemērot, tātad radīta virkne priekšnosacījumu, tomēr šo kritēriju izmantošanai praksē, lai sasniegtu kādus mērķus, iespējams, nepieciešams stingrāks regulējums. Tādēļ autore apskatīs arī to, kādu regulējumu paredzēts iekļaut jaunajā Eiropas Savienības iepirkumu direktīvā (turpmāk – "Direktīvas projekts"), pie kuras izstrādes vēl norit darbs.

Kā norādīts Direktīvas projekta paskaidrojuma rakstā, Stratēģijā "Eiropa 2020" publiskajam iepirkumam ir svarīga nozīme, jo tas ir viens no tirgus instrumentiem, kas izmantojams šo mērķu sasniegšanai, uzlabojot uzņēmējdarbības vidi un inovācijas nosacījumus uzņēmumiem, kā arī mudinot plašāk izmantot videi nekaitīgu publisko iepirkumu, lai atbalstītu pāreju uz ekonomiku, kurā taupīgi izmanto resursus un rada zemu oglekļa dioksīda emisiju līmeni. Stratēģijā "Eiropa 2020" arī vienlaikus uzsvērts, ka publiskā iepirkuma politikai ir jānodrošina pēc iespējas efektīvāka publiskā sektora līdzekļu izmantošana un ka iepirkuma tirgiem jābūt pieejamiem Savienības mērogā. (Eiropas Komisija, 2011b). Kā redzams, Direktīvas projekts tiks cieši saistīts ar Stratēģiju "Eiropa 2020".

Ierosinātās direktīvas pamatā ir *veicinoša pieeja*, kas līgumslēdzējām iestādēm nodrošina vajadzīgos instrumentus, lai sekmētu "Eiropa 2020" stratēģisko mērķu sasniegšanu, izmantojot to pirktspēju tādu preču un pakalpojumu iegādei, kuri veicina inovāciju, kuros ņemti vērā **vides** un klimata pārmaiņu mazināšanas apsvērumi un kuri vienlaikus uzlabo nodarbinātību, sabiedrības veselību un sociālos nosacījumus. (Eiropas Komisija, 2011b). Tāpat kā Direktīvā 2004/18/EK, Direktīvas projekta preambulas 5.ievilkumā norādīts, ka saskaņā ar Līguma par Eiropas Savienības darbību 11.pantu, nosakot un īstenojot Savienības politiku un darbības, tajās jāparedz vides aizsardzības prasības, lai veicinātu ilgtspējīgu attīstību. Tādēļ šajā direktīvā precizē to, kādā veidā līgumslēdzējas iestādes var dot ieguldījumu vides aizsardzībā un ilgtspējīgas attīstības veicināšanā, vienlaikus nodrošinot iespēju ar līgumiem iegūt vislabāko rezultātu par samaksāto cenu.

Preambulas 39.ievilkumā norādīts, ka ārkārtīgi svarīgi ir pilnībā izmantot publiskā iepirkuma potenciālu, lai sasniegtu ilgtspējīgas izaugsmes stratēģijas "Eiropa 2020" mērķus. Ņemot vērā nozīmīgās atšķirības starp atsevišķām nozarēm un tirgiem, tomēr nebūtu pareizi noteikt vispārējas obligātas prasības attiecībā uz iepirkumu vides, sociālajā un inovācijas jomā. Savienības likumdevēji jau ir noteikuši obligātas iepirkuma prasības, lai sasniegtu konkrētus mērķus autotransporta līdzekļu jomā (Eiropas Parlamenta un Padomes 2009.gada 23.aprīļa Direktīva 2009/33/EK par "tīro" un energoefektīvo autotransporta līdzekļu izmantošanas veicināšanu) un biroja iekārtu jomā (Eiropas Parlamenta un Padomes 2008.gada 15.janvāra Regula (EK) Nr.106/2008 par biroja iekārtu energoefektivitātes marķēšanas programmu). Turklāt ir panākta būtiska virzība aprites cikla izmaksu noteikšanas kopīgās metodikas izstrādē. Tāpēc šķiet pareizi turpināt šādā virzienā, obligātu mērķu un rezultātu noteikšanu atkarībā no konkrētā politikas virziena un apstākļiem attiecīgajā nozarē, paredzot nozaru tiesību aktos un aprites cikla izmaksu noteikšanā veicinot Eiropas pieeju pilnveidošanu un piemērošanu, lai vēl vairāk stiprinātu publisko iepirkumu izmantošanu ilgtspējīgas izaugsmes atbalstam. (Eiropas Komisija, 2011b). Kā redzams, vides prasību ņemšana vērā netiks padarīta par obligātu iepirkumos kopumā, atstājot to katras atsevišķas nozares ziņā.

Pētniecība un inovācija, tostarp ekoinovācija un sociālā inovācija, ir daži no svarīgākajiem turpmākas izaugsmes dzinuļiem, un ir gudras, ilgtspējīgas un iekļaujošas izaugsmes stratēģijas "Eiropa 2020" centrālie elementi. Publiskā sektora iestādēm būtu maksimāli stratēģiski jāizmanto publiskais iepirkums, lai veicinātu inovāciju. Inovatīvu preču un pakalpojumu iegādei ir svarīga nozīme, lai uzlabotu sabiedrisko pakalpojumu efektivitāti un kvalitāti, vienlaikus risinot lielas sociālās problēmas. Šāda iegāde ļauj panākt maksimāli lietderīgu publiskā sektora līdzekļu izmantošanu, kā arī nodrošina plašākus saimnieciskus, **vides** un sabiedriski nozīmīgus labumus, jo tiek radītas jaunas idejas, kas īstenojas inovatīvos produktos un pakalpojumos, tādējādi veicinot ilgtspējīgu ekonomikas izaugsmi. Šai direktīvai būtu jāveicina inovācijas publiskais iepirkums un jāpalīdz dalībvalstīm sasniegt pamatiniciatīvas "Inovācijas savienība" mērķus. Tāpēc būtu jāparedz īpaša iepirkuma procedūra, kas ļauj līgumslēdzējām iestādēm izveidot ilgtermiņa inovācijas partnerību jaunu, inovatīvu produktu, pakalpojumu vai būvdarbu izstrādei un turpmākai iegādei ar nosacījumu, ka tos var piegādāt atbilstoši noteiktajiem rezultātu līmeņiem un par noteiktajām izmaksām. Partnerība būtu jāveido tā, lai tā varētu nodrošināt nepieciešamo "tirgus pieprasījumu", kas veicina inovatīva risinājuma izstrādi, bet neizraisa tirgus noslēgšanu. (Eiropas Komisija, 2011b). Kā redzams, inovāciju, tai skaitā ekoinovāciju, veicināšanai tiks paredzēta arī īpaša iepirkuma procedūra.

Atbilstoši Direktīvas projekta 41.pantam tiek paredzēta iespēja pieprasīt konkrētus marķējumus, kas tai skaitā var būt saistīti ar vides aspektiem, 61.pantā joprojām saglabāta iespēja pieprasīt atbilstību

kvalitātes nodrošināšanas standartiem un vides vadības standartiem. Atbilstoši 66.panta 2.daļai saimnieciski visizdevīgākais piedāvājums, kā minēts 1.punkta a) apakšpunktā, no līgumslēdzējas iestādes perspektīvas tiek noteikts, pamatojoties uz kritērijiem, kas saistīti ar attiecīgā publiskā līguma priekšmetu. Minētie kritēriji papildus cenai vai izmaksām, kā minēts 1.punkta b) apakšpunktā, ietver citus kritērijus, kas saistīti ar attiecīgā publiskā līguma priekšmetu, tai skaitā kvalitāte, ietverot tehniskās priekšrocības, estētiskās un funkcionālās īpašības, pieejamība, projektēšana visu lietotāju ērtībām, vides raksturlielumi un inovatīvais raksturs ((a) punkts) un pieprasīto būvdarbu, piegāžu vai pakalpojumu konkrētais ražošanas vai sniegšanas process vai citi aprites cikla posmi, kā minēts 2.panta 22.punktā ((d) punkts), ciktāl minētie kritēriji ir norādīti saskaņā ar 4.punktu un attiecas uz faktoriem, kas ir tieši iesaistīti šajos procesos un kas raksturo pieprasīto būvdarbu, piegāžu vai pakalpojumu konkrēto ražošanas vai sniegšanas procesu.

Direktīvas projektā noteikts, ka līgumslēdzējas iestādes var pieprasīt, lai publiska līguma izpildes laikā tiktu piemēroti vides vadības pasākumi vai shēmas. Vides vadības shēmas – neatkarīgi no tā, vai tās ir reģistrētas saskaņā ar tādiem Savienības instrumentiem kā Eiropas Parlamenta un Padomes 2009.gada 25.novembra Regula (EK) Nr.1221/2009 par organizāciju brīvprātīgu dalību Kopienas vides vadības un audita sistēmā (*EMAS*), – var pierādīt, ka ekonomikas dalībniekam ir tehniskā spēja izpildīt līgumu. Ekonomikas dalībnieka apraksts par pasākumiem, kas īstenoti, lai nodrošinātu tādu pašu vides aizsardzības līmeni, būtu jāpieņem kā vides vadības reģistrācijas shēmām alternatīvs apliecinājums, ja attiecīgajam ekonomikas dalībniekam nav piekļuves šādām vides vadības reģistrācijas shēmām vai ja viņam nav iespējas tās saņemt attiecīgajos termiņos. (Eiropas Komisija, 2011b).

Savukārt Direktīvas projekta 67.pantā ietverts skaidrojums par aprites cikla izmaksām un to aprēķināšanu. Papildus jāņem vērā, ka atbilstoši Direktīvas projekta 84.panta 2.daļas b) punktam dalībvalstij gada ziņojumā būs jāiekļauj vispārējs pārskats par ilgtspējīgu iepirkuma politikas virzienu īstenošanu, arī par procedūrām, kurās ņem vērā apsvērumus saistībā ar vides aizsardzību, sociālo iekļaušanu, tostarp personu ar invaliditāti piekļuvi, vai inovāciju veicināšanu, tātad ir paredzēts sekot līdzi dalībvalstu darbībām vides jomā arī iepirkumos.

Kopumā no minētā secināms, ka atsevišķi jautājumi tiks precizēti, tomēr tas joprojām būs pašu pasūtītāju ziņā – izvēlēties ņemt vērā ar vides faktoriem saistītus kritērijus vai nē. Autores ieskatā, tā kā pasūtītāji piesardzīgi izmanto instrumentus, kurus nepārzina un kuru nepieciešamību ikdienā nesaskata, jo būtiskāk ir dažādos pārvaldes līmeņos noteikt sasniedzamus un izmērāmus mērķus un uzdevumus, kas saistīti ar ZPI īstenošanu, tajā skaitā veicot apmācības par jau pieejamo informāciju un motivējot arvien plašāka apjoma iepirkumos tomēr ņemt vērā ar vidi saistītus faktorus, veicinot Latvijas kā zaļas valsts tēlu. Precīzāk izstrādājams regulējums, kas sasaista vispārējos mērķus ar ikdienas rīcību, kā arī nepieciešama šo procesu pārraudzība, lai būtu iespējams konstatēt, kādos virzienos rīcība ir pietiekoša, bet kādos nepieciešama aktīvāka darbība. Diemžēl šobrīd minētās darbības iztrūkst.

Secinājumi

1. Ir radīta normatīvā bāze, lai vides prasības ietvertu publiskā iepirkuma dokumentos, taču trūkst pieredzes, kompetences un izpratnes par vides prasību vērtēšanu un reāliem ieguvumiem no tā, līdz ar to arī nav motivācijas. Autores ieskatā ir nepieciešams īpašu uzmanību pievērst iepirkuma rīkotāju kompetencei, samazinot to kvantitāti un palielinot kvalitāti.

2. Ir daudz vadlīniju un skaidrojumu par vides prasību piemērošanu, tomēr nacionālajā līmenī nav noteikti konkrēti un izmērāmi mērķi un uzdevumi, kuri sasniedzami, izmantojot vides kritērijus publiskajos iepirkumos. Autores ieskatā nepieciešama konkrēta politiska iniciatīva, nosakot šādus mērķus un uzdevumus, kā arī kontrolējot to faktisko izpildi (mērķi, uzdevumi, atbildīgās institūcijas, termiņi).
3. Lai gan vides prasības tiek iekļautas iepirkumos, nav veikti pētījumi par līdz šim sasniegto, kā rezultātā nevar spriest par praktiskajiem ieguvumiem. Autores ieskatā, bez šādas informācijas ir grūti motivēt pasūtītājus, tādēļ nepieciešami pētījumi par esošo praksi, lai praktiskie ieguvumi veicinātu ZPI popularitāti.
4. Kaut arī obligāta pienākuma izmantot vides faktorus iepirkumos noteikšana rada tūlītēju efektu, pārskatāmā nākotnē nav paredzama šāda pienākuma noteikšana, jo ir paredzēts šos jautājumus risināt katras atsevišķas nozares ietvaros. Līdz ar to ir nepieciešama katras nozares līdzdalība šajos procesos.

Izmantotās literatūras saraksts

Bulgakova J., Kazinovska G. (b.g.). Zaļais iepirkums., [tiešsaite]. [Skatīts 11.02.2013]. http://www.videsvestis.lv/content.asp?ID=111&what=68.

Buy Smart +. Zaļais iepirkums Eiropā. (b.g.) [tiešsaite]. [Skatīts 10.02.2013]. http://www.buy-smart.info/index.php/cat/16.

Eiropas Komisija. (2008). ZPI mācību materiāls. Videi draudzīgs iepirkums – atšķirība, īstenojot ZPI., 4. lpp., [tiešsaite]. [Skatīts 10.02.2013]. http://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/toolkit/gpp_introduction_lv.pdf.

Eiropas Komisija. (2010). Komisijas paziņojums "Eiropa 2020" Stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un integrējošai izaugsmei. Brisele 03.03.2010. COM (2010) 2020 galīgā redakcija. [tiešsaite]. [Skatīts 09.02.2013]. http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_LV_ACT_part1_v1.pdf.

Eiropas Komisija. (2011a). Eiropas Komisijas paziņojums par programmas ENERGY STAR īstenošanu Eiropas Savienībā laikposmā no 2006. līdz 2010.gadam. Briselē, 09.06.2011., [tiešsaite]. [Skatīts 09.02.2013].http://www.iub.gov.lv/files/upload/com2011_0337lv01_0.pdf.

Eiropas Komisija. (2011b). Priekšlikums Eiropas Parlamenta un padomes direktīva par publisko iepirkumu, (Dokuments attiecas uz EEZ), Briselē, 20.12. 2011.COM (896 galīgā redakcija), 2011/0438 COD. 2. lpp., [tiešsaite]. [Skatīts 10.02.2013].http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0896:FIN:LV:PDF.

Eiropas Komisija. (2011c). Videi nekaitīga iegāde! Zaļā publiskā iepirkuma rokasgrāmata. 2.izdevums. Luksemburga: Eiropas Kopienu Oficiālo publikāciju birojs, [tiešsaite]. [Skatīts 10.02.2013]. http://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/handbook_lv.pdf.

Eiropas Kopienas. (2005) Videi draudzīgs "iepirkums"! Videi draudzīga valsts iepirkuma rokasgrāmata. Luksemburga: Eiropas Kopienu Oficiālo publikāciju birojs, [tiešsaite]. [Skatīts 09.02.2013].http://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/buying_green_handbook_lv.pdf.

Eiropas Parlamenta un Padomes direktīva 2004/18/EK (2004. gada 31. marts) par to, kā koordinēt būvdarbu valsts līgumu, piegādes valsts līgumu un pakalpojumu valsts līgumu slēgšanas tiesību piešķiršanas procedūru. Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis L 134/114, 30.04.2004.

Eiropas Savienības Tiesa. (2002). 2002.gada 17.septembra spriedums lietā C-513/99 *Concordia Bus Finland Oy Ab, iepriekš Stagecoach Finland Oy Ab pret Helsinginkaupunki un HKL – Bussil* par Kopienas biroja iekārtu energoefektivitātes

marķēšanas programmu *iikenne*. [tiešsaite]. [Skatīts 11.02.2013]. http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=47670&pageIndex=0&doclang=LV&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=673320.

Eiropas Savienības Tiesa. (2012). 2012.gada10.maija spriedums lietā C-368/10 *Eiropas Komisija pret Nīderlandes Karalisti*. 2. paragrāfs. [tiešsaite]. [Skatīts 09.02.2013]. http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=122644&pageIndex=0&doclang=LV&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=734466.

European Commission (2011) Buying green! A handbook on green public procurement. 2nd edition. [tiešsaite] [Skatīts 11.02.2013]. http://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/handbook.pdf.

European Commission (b.g.) Green public procurement, [tiešsaite]. [Skatīts 10.02.2013]. http://ec.europa.eu/environment/gpp/index_en.htm.

European Commission. (2008). GPP training Toolkit. Module 2. Legal frame work for Green Public Procurement (GPP), [tiešsaite]. [Skatīts 09.02.2013]. http://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/toolkit/module2_legal_framework_for_gpp.ppt.

Iepirkumu uzraudzības birojs. (2012a). Statistisko pārskatu apkopojums par 2011.gadā Latvijas Republikā veiktajiem publiskajiem iepirkumiem, 14.lpp., [tiešsaite]. [Skatīts 11.02.2013]. http://www.iub.gov.lv/files/upload/statistisko_parskatu_apkopojums_par_2011_v4.pdf

Iepirkumu uzraudzības birojs. (2012b). Pārskats par Iepirkumu uzraudzības birojā publicētajiem sludinājumu paziņojumiem 2011.gadā, 47.– 48.lpp., [tiešsaite]. [Skatīts 11.02.2013]. http://www.iub.gov.lv/files/upload/publikaciju_parskats_2011.pdf.

Iepirkumu uzraudzības birojs. (b.g.a). Zaļais iepirkums, [tiešsaite]. [Skatīts 08.02.2013]. http://www.iub.gov.lv/node/61.

Iepirkumu uzraudzības birojs. (b.g.b). Zaļais iepirkums Eiropā, [tiešsaite]. [Skatīts 08.02.2013]. http://www.iub.gov.lv/node/62

Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2014. – 2020.gadam, (2012). 439.punkts, 65.lpp., [tiešsaite]. [Skatīts 10.02.2013]. http://www.nap.lv/images/20121220_NAP2020_Saeim%C4%81_apstiprin%C4%81ts.pdf.

Osis, L. (2010). Kas ir zaļais iepirkums, kā to izprast un veikt. 17.12.2010., [tiešsaite]. [Skatīts 11.02.2013]. http://www.lvportals.lv/skaidrojumi.php?id=222957

Publisko iepirkumu likums. Latvijas Republikas likums. Pieņemts Latvijas Republikas Saeimā 06.04.2006., ar grozījumiem, kas pieņemti līdz 01.01.2013. Latvijas Vēstnesis, 25.04.2006., Nr. 65.

Vides ministrija. (2008). 2008.gada 22.decembra ieteikumi "Ieteikumi zaļā publiskā iepirkuma veicināšanai valsts un pašvaldību institūcijās", [tiešsaite]. [Skatīts 09.02.2013]. http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas_veidi/zalais_publiskais_iepirkums/files/text/Darb_jomas//VIDMZinop1_B%20_090109.doc, un "Ieteikumi videi draudzīgas būvniecības veicināšana", [tiešsaite]. [Skatīts 09.02.2013]; http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas_veidi/zalais_publiskais_iepirkums/files/text/Darb_jomas//VIDMZinop2_C_090109.doc.

PROCESU VADĪŠANAS ĪPATNĪBAS MUITAS DIENESTOS

THE FEATURES OF THE PROCESS MANAGEMENT IN THE CUSTOMS

Māra Pētersone
Rīgas Tehniskā universitāte, Latvija

Although traditionally business process management is applied to the business-related sectors such as manufacturing and service, process management principles, adapted accordingly, are also widely and successfully used in the public sector. Unlike the business sector, where the main objective is to make profit, the state and local authorities, as it is positioned, aim at working for the benefit of the society. For example, the mission of the customs in any country would be controlling the movement of goods, thereby protecting the interests of the state by ensuring collection of revenues, guaranteeing public security, as well as balancing the customs control and facilitating legal trade. Observations indicate that only in some organizations human resource management and financial management are based on operational processes. In the areas of risk management and quality management it is impossible to do without an in-depth understanding of the operational processes. Unfortunately, only a few are aware of the interconnection of these areas of management. Process management in the customs is a relatively new management tool which is rarely based on scientific research or expert advice. Rather, Process Management System is developed mainly intuitively and is based on working experience. There has been comparatively little research done on the customs services and their functioning both in Latvia and the world compared to the other state administration areas, such as taxation. Business Process Management is a separate branch of the science of management widely described in the scientific and educational literature; however there is little reference to the research done on the business processes in the customs services. The aim of the study was to establish the classification of processes in the customs services, as well as to provide an overview of the possibilities of using process management in other areas related to the customs management. To achieve the aim of the study, the following tasks was set: to research the goals and objectives of the customs functions and their interconnection with the process management; to make suggestions to the State Revenue Service on improving its functions by applying process management. As a result of the study, suggestions on the most appropriate process classification for the customs purposes were provided, as well as proposals for the areas of organization management, that may benefit from the process management application, were offered.

***Atslēgas vārdi**: muitas dienests, pamatprocesi, atbalsta procesi, procesu vadīšana.*

Ievads

Ikvienai organizācijai ir savi mērķi un uzdevumi, un atkarībā no tā, cik efektīvs būs darba process, tiks sasniegti izvirzītie mērķi. Savukārt veids, kā mērķi sasniegt, ir izveidot tādu vidi, kurā visas iesaistītās puses sadarbotos, kur procesa rezultātā rastos vērtība – prece vai pakalpojums, kam ir sava vērtība organizācijas pastāvēšanā. Darba rezultāti gan valsts iestādē, gan privātā uzņēmumā lielā mērā ir proporcionāli iestādes vai uzņēmuma darba organizācijai. Līdz ar to nepieciešama pārdomāta sistēma – process, kas atsevišķu uzdevumu izpildi virzītu noteiktā un loģiskā secībā. Tātad procesu var definēt kā savstarpēji saistītu un savstarpēji mijiedarbojošos darbību kopumu, kas transformē ieguldījumu rezultātā. Procesi ir strukturētas darbības, kuras tiek veiktas, lai tiktu darīts darbs un sasniegts

izvirzītais mērķis. Pati atzītākā procesa definīcija ir attēlota starptautiskos kvalitātes standartos IS0-9000, kur organizēta darbība tiek raksturota kā process (*Истомин*, 2009). Zinātniskajā literatūrā neatkarīgi no tā, vai tiek runāts par procesu vadīšanu valsts vai privātajā uzņēmumā, jēdzienu "procesi" angļu valodā tulko kā *business process*, ar ko saprot nevis uzņēmējdarbību, bet gan darbību kā tādu (*Harmon*, 2007). Tā kā latviešu valodā ar vārdu "bizness" tiek saprasts tikai un vienīgi uzņēmējdarbība, tad autore savā pētījumā centīsies izvairīties no vārda "bizness" lietošanas.

Procesu vadīšana muitas dienestos ir relatīvi jauns pārvaldes instruments, kuru ieviešot diemžēl ne vienmēr balstās uz zinātnisko literatūru vai ekspertu padomiem, drīzāk procesu vadīšanas sistēma tiek veidota galvenokārt intuitīvi, balstoties uz darba pieredzi. Pētījumā tiek izmantoti parasto kvalitatīvo datu analīzes metode ekonomikā, tostarp dažādas analīzes metodes, lai pētītu problēmu elementus un procesu sastāvdaļas, lai izmantotu tos pēc tam, lai sintezētu kopsakarības vai formulētu likumsakarības, induktīvās un deduktīvās metodes. Pētījuma mērķis ir izveidot procesu dalījumu muitas dienestos, kā arī sniegt ieskatu par procesu vadīšanas izmantošanas iespējām citās muitas dienesta vadības jomās. Lai sasniegtu pētījuma mērķi, ir izvirzīts uzdevums izpētīt, kādi ir muitas dienestu darbības mērķi, uzdevumi un to kopsakarības ar procesu vadīšanu, sniegt priekšlikumus VID darbības pilnveidošanai, piemērojot procesu vadīšanu. Pētījuma rezultātā sniegti priekšlikumi par piemērotāko procesu klasifikāciju muitas dienestu vajadzībām, kā arī izteikti priekšlikumi par tām organizācijas vadības sfērām, kurās var lietderīgi piemērot procesu vadīšanu.

1. Muitu dienestu darbības procesi

Demokrātiskas valsts pārvaldes galvenais mērķis ir kalpot savas valsts iedzīvotājiem, valsts pārvaldes institūcijām, galvenokārt likumdevējam un izpildvarai kā valsts attīstības procesa virzītājiem, veidojot un īstenojot tādu politiku, kas nodrošina valsts izaugsmi un iedzīvotāju labklājību (*Pynes*, 2009). Muitu dienesti, tāpat kā citas valsts pārvaldes sektora organizācijas, kalpo sabiedrības interesēm, tomēr tieši muitu dienestiem sabiedrība ir deleģējusi risināt tādus jautājumus kā drošības un drošuma aizsardzība, tirdzniecības veicināšana un valsts ekonomisko interešu nodrošināšana, kuri savukārt savas darbības mērķus un uzdevumus ir noformulējuši, pamatojoties uz šo deleģējumu un pakārtojuši savu darbību attiecīgiem mērķiem un uzdevumiem.

Tradicionāli procesu vadīšana tiek pielietota uzņēmējdarbības jomā – ražošanas un pakalpojumu sfērā, arī valsts sektorā ļoti sekmīgi un plaši tiek izmantoti procesu vadīšanas pamatprincipi un pielāgoti savām vajadzībām. Atšķirībā no uzņēmējdarbības jomas, kuras galvenais mērķis ir gūt peļņu, valsts pārvaldes institūcijām mērķis ir kalpot sabiedrības interesēm. Muitas misija jebkurā valstī būs kontrolēt preču apriti, tādējādi rūpējoties par valsts interesēm, nodrošinot ieņēmumu iekasēšanu un valsts drošību. Primārais muitas mērķis tradicionālā modelī saskaņā ar muitas dienestu institucionālo iedalījumu ir palielināt fiskālos ieņēmumus, jo muitas viena no svarīgākajām funkcijām ir nodrošināt budžeta ieņēmumus, tomēr pēdējā desmitgadē arī muitas dienestos ar tradicionālo institucionālo modeli ir divi galvenie mērķi – gan ieņēmumu nodrošināšana, gan valsts drošība. Līdz ar to autore var secināt, ka neatkarīgi no institucionālo modeļa veida, muitu dienestiem kā primārais mērķis tiek izvirzīts gan fiskālais faktors, gan valsts drošības faktors, un procesi būs ļoti līdzīgi ikvienā muitu dienestu institucionālajā modelī.

Lai gan muitu dienesti Eiropas Savienībā (ES) ir atbildīgi par ieņēmumu iekasēšanu, arvien biežāk tiem ir nozīme kā tiesībaizsardzības iestādēm drošības un drošuma aizsardzībā ES un komercdarbības

veicināšanā. Tās arvien vairāk darbojas kā iekšējā preču tirgus integritātes sargs, kā arī daudzu citu valdības interešu nodrošinātāja uz ES ārējās robežas (COM, 2012, 791). Muitas savienības stratēģiskie mērķi 2008.–2013.gadam ir definēti kā līdzsvarota attīstība starp ES aizsardzību un ES konkurētspējas atbalstīšanu. Šie mērķi tiks sasniegti vienoti un efektīvi, veicot efektīvu un lietderīgu kontroli un cieši sadarbojoties muitas pārvaldēm savstarpēji un ar citām iestādēm, uzņēmumiem, kā arī starptautiskajiem partneriem. Kā ES aizsardzības uzdevumi, ir norādīti sabiedrības aizsardzība, aizsardzība pret terorismu un noziedzīgām darbībām un ES finanšu interešu aizsardzība, savukārt, kā ES konkurences atbalstīšanas uzdevums minēts aizsargāt uzņēmējdarbības vidi, nodrošinot kvalitatīvus muitas pakalpojumus, un veicināt tirdzniecību (COM, 2011, 922). Pakalpojumi, ko ES muitas savienība ir sniegusi 2012.gadā ir sadalīti trīs lielās grupās, kas pēc būtības ir no mērķiem izrietoši uzdevumi:

1. ES un valstu valdībām sniegtie pakalpojumi:

- ieņēmumu iekasēšana ES un valstu valdībām;
- muitas/tirdzniecības politikas un tiesību aktu īstenošana (uz sauszemes/jūrā/gaisā);
- ar muitu nesaistītas politikas un tiesību aktu (daļu) īstenošana (piemēram, par veselību, drošumu), ko veic muitas iestādes;
- informācija par tirdzniecības plūsmām un iesaistītajiem dalībniekiem politikas izstrādes nolūkos (jo īpaši preču tirdzniecības statistika).

2. Sabiedrībai sniegtie pakalpojumi:

- aizsardzība pret terorismu un noziedzīgām organizācijām (naudas atmazgāšanas samazināšana, piegādes ķēdes aizsardzība);
- veselības aizsardzība (cilvēku un dzīvnieku veselība, piemēram, narkotikas, produktu drošums utt.);
- tiesiskuma īstenošana;
- ES nodokļu maksātāju interešu aizsardzība;
- ekonomiskās labklājības palielināšana;
- ES ārpolitikas īstenošana, piemēram, tirdzniecības embargo, ieroču neizplatīšanas izpilde u.t.t;
- kultūras mantojuma aizsardzība;
- vides aizsardzība.

3. Uzņēmumiem sniegtie pakalpojumi:

- godīgas konkurences nosacījumu aizsardzība uzņēmumiem un precēm vienādās situācijās visā ES;
- minimālā nepieciešamā fiziskā un procedūras iejaukšanās tirdzniecības plūsmās, piemēram, vienkāršotas procedūras, viens kontaktpunkts, vienas pieturas aģentūra;
- atbalsts ES uzņēmumu konkurētspējai, piemēram, tarifu atcelšana;
- intelektuālā īpašuma aizsardzība;
- pārredzama, ātra un vienveidīga informācija un norādījumi par procedūrām, tirdzniecības pasākumiem, standartiem un normām, tiesību aktiem un tiesu praksi (COM, 2012, 791).

Muitas un nodokļu administrācijas Latvijā veido vienotu dienestu – Valsts ieņēmumu dienestu un līdz ar to "Likumā par VID" iestādes uzdevumi ir definēti, ņemot par pamatu t.sk. ES muitas savienības uzdevumus (Likums par Valsts ieņēmumu dienestu).

Jebkura muitas dienesta mērķis 21.gadsimtā ir sabiedrības drošība, tirdzniecības veicināšana un vienlaicīgi valsts ekonomisko interešu nodrošināšana. No muitu dienestiem tiek prasīts, lai viņi formulē savus uzdevumus, ievērojot mūsdienu darbības nosacījumus:

- efektīva un integrēta robežpārvaldība, nevis tikai ieņēmumu iekasēšana;
- efektīva un integrēta starptautiskā preču piegāžu ķēžu drošības vadība;
- moderni muitas tehniskie līdzekļi;
- spēcīga sadarbība un informācijas apmaiņa starp muitas dienestiem;
- atsevišķu funkciju deleģēšana uzņēmējiem apmaiņā pret atvieglojumiem, ko var sniegt muita (*People development in customs*, 2013).

2. Procesu klasifikācija muitas dienestos

Ir zināmi vairāki veidi procesu aprakstu klasifikācijai. Pati izplatītākā, pamatojoties uz darbības sfēras klasifikāciju – pašreizējā darbība un darbība, kas vērsta uz izaugsmi. Darbības, kas vērstas uz izaugsmi, proti, tiks radīti jauni produkti un pakalpojumi nākotnē, kā arī uzlabosies organizācijas darbs nākotnē. Pašreizējā darbība vērsta uz preču un pakalpojumu izstrādāšanu un to ražošanu. Izaugsmes procesi virzīti uz to, lai ilgtermiņā organizācija gūtu peļņu un uzlabotu organizācijas darbības rādītājus.

No šādas darbības sfēru sadalījuma turpmāk izriet arī procesu klasifikācija, proti, pašreizējā darbībā tiek nošķirti primārie procesi jeb pamatprocesi no atbalsta procesiem un vadības procesiem.

Pamatprocesi izriet no galvenajiem sasniedzamajiem mērķiem un uzdevumiem, darbības filozofijas. Primārie procesi jeb pamatprocesi – nodrošina nepieciešamo rezultātu jeb produktu un ir saistīti ar organizācijas pamatdarbību. Pamatprocesi jebkurā pasaules muitas dienestā, neatkarīgi no tā institucionālās piederības, ietver tādas darbības kā muitas procedūru noformēšana, muitas maksājumu administrēšana, atbilstošo atļauju reģistrāciju, to izsniegšanu un nosacījumu izpildes uzraudzību, konsultēšanu un informēšanu, statistikas sagatavošanu, muitas procedūru uzraudzību, informācijas ieguvi, analīzi un aprites nodrošināšanu, pārkāpumu atklāšanu un izmeklēšanu (VID rīkojums Nr.141, 13.pielikums, 2009). Skat. 1.attēlu. Autore uzskata, ka būtu atsevišķos muitas dienestos mērķtiecīgi procesu vadīšanas sistēmas ietvaros sīkāk strukturēt muitas dienestu pamatprocesus, piemēram, servisa un kontroles pamatprocesus. ES muitas savienības operacionālā darbība ir sarežģīta, jo pamatojas uz vienotiem tiesību aktiem un politiku, kur tā ir izveidojusies kā darbību un procesu kopums un kurā iesaistīti dalībvalstu cilvēku, tehniskie un finanšu resursi. Plašākā skatījumā muitas savienības pamatprocesi, kurus autore vēlētos nosaukt par vertikālajiem procesiem, ar kuru palīdzību tā pilda savas tiesību aktos noteiktās funkcijas, kopumā aptver tādas darbības kā:

1. Preču muitošanas administrēšana:

- preču ievešanas un izvešanas uzraudzība, apstrādājot pirmsievešanas/pirmsizvešanas deklarācijas;
- muitas deklarāciju apstrāde un muitas procedūru pārvaldība;

- tirdzniecības pasākumu un ierobežojumu piemērošana;
- muitas nodokļu aprēķināšana un iekasēšana, citi maksājumi un garantiju pārvaldība;
- citu atbilstīgu noteikumu piemērošana.

2. Kontrole:

- riska profilēšana un mērķtiecīga kontrole;
- dokumentu pārbaudes un fiziskas pārbaudes;
- pēcmuitošanas kontrole;
- oficiālu pieprasījumu veikšana;
- tirgotāju iepriekšēja revīzija un pēcrevīzija attiecībā uz dažādu veidu atļaujām.

3. Izpilde:

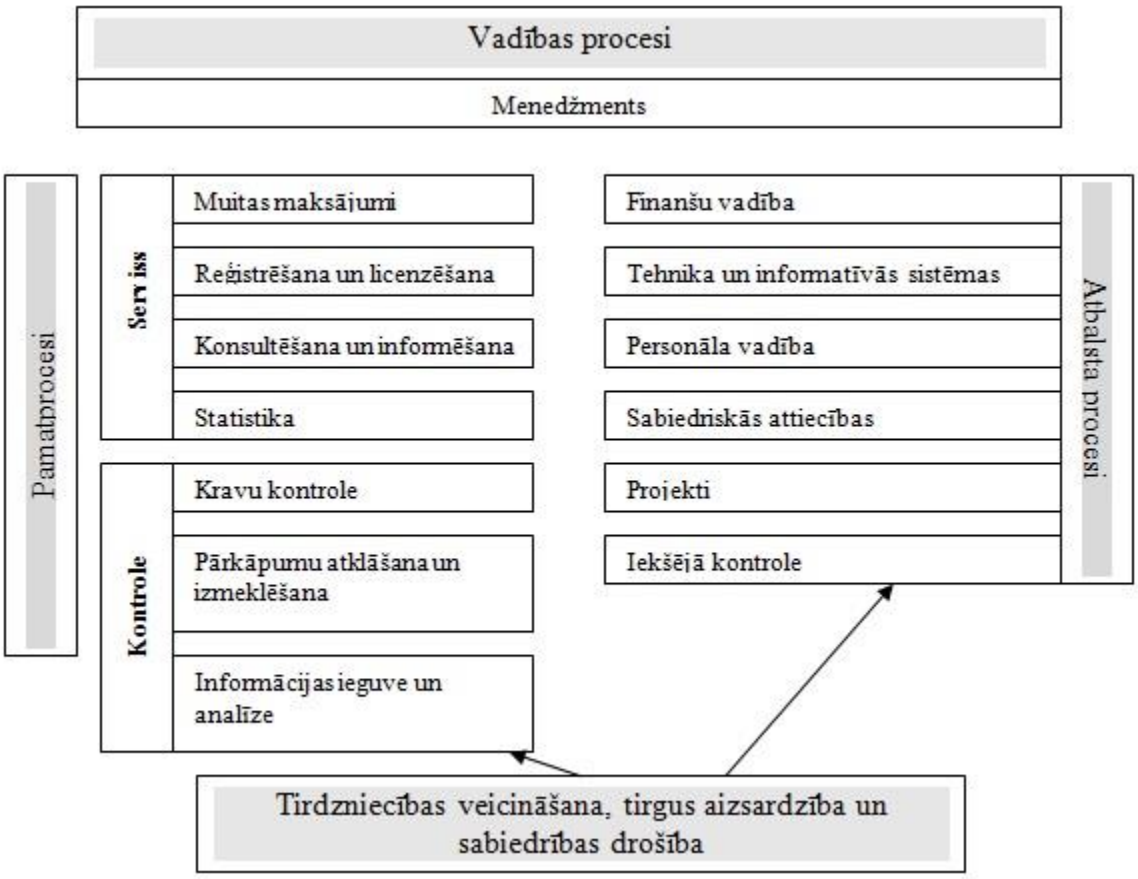
- kriminālizmeklēšana/administratīvā izmeklēšana un tiesvedība;
- sodu piemērošana.

Galvenie horizontālie procesi, kas palīdzēs īstenot vertikālos procesus:

- datu pārvaldība, t.sk. tirdzniecības un tirgotāju datu apjomu pārvaldība un apstrāde;
- tirdzniecības uzņēmumu pārvaldība:
    - identifikācija un reģistrācija;
    - informācijas sniegšana;
- dažādu atļauju izsniegšana;
- riska pārvaldība, t.sk. neskaitāmu ar starptautisko preču tirdzniecību saistīto dažādu veidu un līmeņu risku noteikšana, novērtēšana, analizēšana un mazināšana (COM, 2012, 791).

Atbalsta procesi ir procesi, kas nodrošina organizācijas pamatprocesus. Atbalsta procesi muitu administrācijās ietver projektu īstenošanu, finanšu vadīšanu, iekšējo uzraudzību, darba aizsardzību, sabiedriskās attiecības, informācijas sistēmu darbības nodrošināšanu (VID rīkojums Nr.141, 1.pielikums, 2009). Skat. 1.attēlu.

Neraugoties uz to, ka dažos Pasaules muitas organizācijas (PMO) materiālos tādi pamatprocesi kā riska analīze un izlūkošanas darbs ir pieskaitīti pie atbalsta procesiem, jo palīdz kvalitatīvi veikt pamatprocesus, tomēr autore uzskata, ka līdz ar to, ka muitai ir nākusi klāt tāda svarīga misija kā sabiedrības aizsardzība, muitas dienestos šiem procesiem ir atvēlēta īpaša loma, un ar iegūto informāciju strādā ne tikai pats muitas dienests, bet arī citas valsts iestādes, citu valstu iestādes, kā rezultātā šie procesi būtu pieskaitāmi pie pamatprocesiem (*People development in customs*, 2013).



1. attēls. Procesu iedalījums muitas dienestos

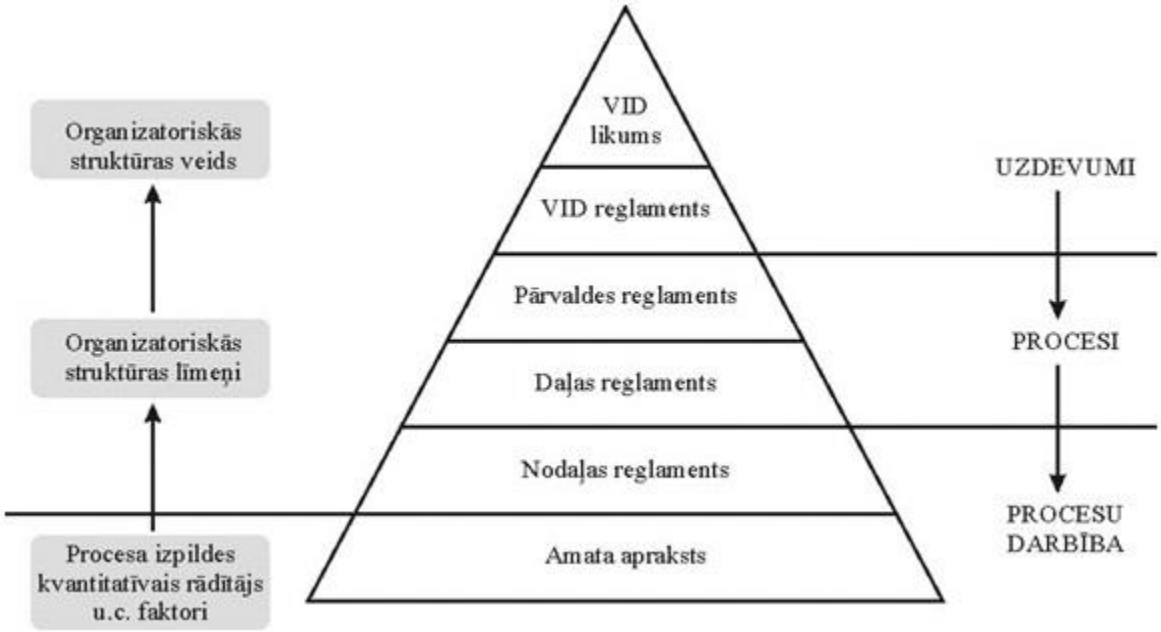
Procesu iedalījumu var papildināt vēl ar vienu procesu, proti, ar vadības jeb vispārējo procesu. Šos procesus nevar attiecināt tikai uz muitas dienestu, bet gan neatkarīgi no tā lieluma, tie ir identificējami jebkurā valsts un privātajā uzņēmumā. Kā vispārējos procesus var minēt darba plānošanu, organizēšanu, analīzi un lietvedību (VID rīkojums nr.141, 2.pielikums, 2009) (skat. 1.attēlu).

3. Procesu vadīšanas reglamentējošā kārtība

Pasaules muitas organizācijas stratēģija "Muita 21.gadsimtā" paredz, ka muitu administrācijām vajag nodrošināt efektīvu organizācijas kapacitāti un atbilstošu darbinieku kompetenci visās darbības jomās. Daudzi pasaules muitas dienesti ir uzsākuši reformas un modernizācijas iniciatīvas. Jauni muitu pienākumi un prasības pārzināt jaunākās tehnoloģijas un darba procedūras ir būtiski izmainījušas muitu dienestu darba procesu, organizācijas struktūru, kapacitāti un personāla attīstības stratēģiju. Pasaules muitas organizācijas pētījumā ir sniegta sava pieeja, kā sasaistīt organizācijas mērķus ar katra darbinieka darba pienākumiem (*People development in customs*, 2013). Savukārt VID ideju par organizācijas mērķu sasaisti ar katra darbinieka darba pienākumiem ir jau ieviesis savā darba procesā, pamatojot ar konkrētiem iekšējiem normatīvajiem dokumentiem. Autore pārliecināta, ka Latvija kā

piemērs būtu jārāda citām pasaules muitu administrācijām, kura uzsākusi darbu pie efektīvas organizācijas kapacitātes veidošanas.

VID reglamentā detalizēti tiek atspoguļoti likuma "Par Valsts ieņēmumu dienestu" uzdevumi kā VID patstāvīgo struktūrvienību kompetence, un VID administratīvā struktūra tiek veidota pēc struktūrvienībām piederošo procesu principa. Autore uzskata, ka šāda zināma uzdevumu dublēšanās divos dažādos normatīvos dokumentos ir pamatota, jo reglaments ir maināms salīdzinoši "lokanāk", apstiprinot to pie VID ģenerāldirektora un saskaņojot Finanšu ministrijā, savukārt, jebkuru likumu grozījumus jāveic valsts augstākajā lēmējinstitūcijā (VID reglaments, 2012). Vadoties no reglamenta atspoguļoto pārvalžu pienākumos veicamajiem uzdevumiem, pārvalžu darbību reglamentējošos dokumentos ir uzskaitīti kompetencē esošie procesi, kuri ir grupēti atbilstoši uzdevumu veidiem (VID MP reglaments, 2012). Pārvalžu kompetencē esošie procesi tiek atspoguļoti nākošā līmeņa darbību reglamentējošos dokumentos – daļu reglamentos (VID MP KMPD reglaments, 2012). Savukārt katras nodaļas darbību reglamentējošos dokumentos ir pārskaitītas katra procesa "darbības" (VID MP KMPD Ventspils ostas MKP 0311 reglaments, 2012) – detalizēts katra procesa saturs. Tomēr būtu jāpiebilst, ka ne pilnīgi visas procesu darbības nodaļu reglamentos tiek aprakstītas, bet gan atspoguļotas procesu kartēs. Katra darbinieka amata aprakstā (VID MP KMPD vecākā muitas uzrauga amata apraksts, 2011), kā ierēdņa amata pienākumi ir atspoguļotas viņa kompetencē esošās procesu darbības, kas pēc autores domām ir ļoti precīzs, atbilstošajam amatam darba pienākumu definējums, līdz ar to šāda dokumenta saturs nosaka, kādas ir amatpersonas pilnvaras un kas neietilpst amatpersonas kompetencē. Pēc būtības katrs organizācijas darbinieks savā amata aprakstā var saskatīt savu artavu visai organizācijai izvirzītajos mērķos un muitas amatpersonas gadījumā ieguldījumu visas sabiedrības labā. VID darbību reglamentējošo dokumentu hierarhija ir redzama 2.attēlā.



2. attēls. VID darbību reglamentējošo dokumentu hierarhija

2.attēlā ir redzams, ka VID darbību var sadalīt trīs līmeņos – uzdevumu, procesu un procesu darbības līmenis, tātad katram uzdevumam (Likums "Par Valsts ieņēmumu dienestu" un VID reglaments), ir pakārtoti procesi (pārvalžu un daļu reglamenti), savukārt katram procesam ir definētas procesu darbības (nodaļu reglamenti un amata apraksti). Rezultātā katrai struktūrvienībai ir precīzi zināmi procesi un procesu darbības. Līdz ar to, šādā veidā reglamentējot savu darbu, VID tiek panākts, ka procesi un pat procesu darbības nedublējas. Procesu vadīšanas sistēmas ietvaros ir paredzēts procesa galaprodukts – procesa izpildes kvantitatīvais rādītājs. Šādā veidā, piemērojot atbilstošos rīkus, var precīzi uzskaitīt ne tikai individuāli paveikto, bet arī visas iestādes darba apjomus.

Pēc autores domām, ņemot par pamatu procesa izpildes kvantitatīvo rādītāju un citus faktorus, ir iespējams noteikt optimālo struktūrvienību skaitu. Atkarībā no tā, kā tiek strukturēti organizācijas uzdevumi un procesi, būtu iespējams ieviest optimālo iestādes organizatorisko struktūru pēc kāda no organizācijas struktūras veidiem, piemēram, lineārā vai funkcionālā organizācijas struktūra. Šāds organizatoriskās struktūras izveides process vērsts tikai no lejas uz augšu, kā tas redzams 2.attēlā, lai gan nepārtraukti saskaņojams ar izpildes kvantitatīvajiem rādītajiem un procesiem.

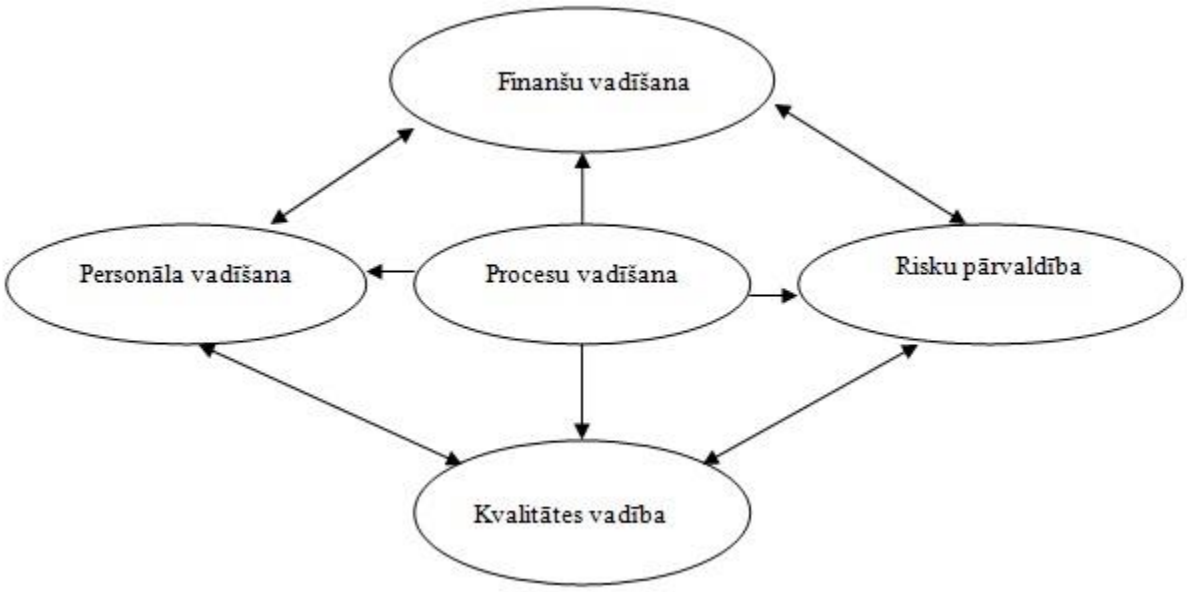
Procesu vadīšana ir viens no darba organizēšanas instrumentiem jebkurā organizācijā, tādēļ VID ir izveidojis īpašu struktūrvienību, kuras darba pienākumos ietilpst organizēt un koordinēt procesu vadīšanas sistēmas ieviešanu un tās uzturēšanu. VID tiek identificēti un dokumentēti procesi, procesu īpašnieki, to savstarpējā mijiedarbība, identificētas procesu uzlabošanas iespējas, kā arī tiek strādāts pie tā, lai tiktu mērīti procesu izpildes rezultāti, kā arī identificēts resursu apjoms, kas nepieciešams procesa nodrošināšanai.

Procesu vadīšanas sekmīgākai realizācijai parasti tiek izstrādāta organizācijas procesu karte, kurā vizuāli tiek atspoguļoti visi organizācijas procesi un procesu darbības, to mijiedarbība vienam ar otru. Tradicionāli procesu kartes izstrādāšana ir piemērojama ražošanas uzņēmumiem, piemēram, tādas notācijas kā ARIS eEPC, IDEF3 vai IDEFO. Autore uzskata, ka līdzīgu procesu karšu izstrādāšana muitas dienestos būtu racionāla un noderīga darba procesa sakārtošanai. VID ir izveidota procesu vizualizācija, savukārt Krievijas muitas dienestā šāda procesu karte ir nosaukta par muitas procedūru algoritmu.

4. Procesu vadīšanas ietekmes sfēras

Procesu vadīšanas sistēmas ieviešana nav pašmērķis, bet gan rīks, ar kuras palīdzību tiek sakārtota un uzlabota citas subjekta darbības sfēras. Autore ir novērojusi, ka tikai atsevišķas organizācijas personāla un finanšu vadīšanas sfēras balsta uz darbības procesiem atšķirībā no riska un/vai kvalitātes vadīšanas sfērām, ja vispār ir pieņemts lēmums par to ieviešanu, kur bez procesu pārzināšanas neiztikt vispār. Diemžēl par šo vadības sfēru mijiedarbības iespējām aizdomājas retais. Piemēram, ieviešot procesu vadīšanas sistēmu LR VID, kā primārais uzdevums tika likts pamats darba uzskaites sistēmas ieviešanai un riska pārvaldības sistēmai.

Raksturīgākās darbības sfēras, kuras varētu tikt sakārtotas muitas dienestos, varētu būt pašu resursu optimizācija, snieguma kvalitātes paaugstināšana, riska un stratēģiskā vadība u.c. (skat. 3. attēlu).



3. attēls. Vadības sistēmu mijiedarbība

Apskatot 3.attēlu, autore uzskata, ka muitas dienestiem būtu lietderīgi savu darbību mērķtiecīgi vadīt tādās organizācijas sfērās kā finanšu, risku un kvalitātes vadīšana.

Salīdzinot kvalitātes vadības modeļus pēc to struktūras, kritēriji – ieguldījumi (input), procesi, darbības rezultāti (*output*) un politikas rezultāti (*outcome*), kritērijs – procesi ir sastopami tādos kvalitātes vadības modeļos kā Klientu harta, ISO 9001:2000, Līdzsvarotās vadības karte (*Balanced Scorecard*), EFQM izcilības modelis (EFQM – Eiropas Kvalitātes vadības fonds), Kopējās novērtēšanas sistēma (CAF – *Common Assessment Framework*), (Kvalitātes vadības modeļi).

Iestādes personāla politika ir cieši saistīta ar iestādes misiju un darbības stratēģiju. Personāla vadības politikas mērķis ir atbalstīt iestādes izvirzītās misijas, darbības stratēģijas (tai skaitā mērķu un uzdevumu) sasniegšanu. Personāla vadīšanas politikai ir jānodrošina, ka īstais cilvēks ir pareizajā amatā pareizajā laikā. To var panākt, savlaicīgi analizējot darbu apjomu un saturu, nepieciešamo personālu un prasmes, plānojot darbinieku mobilitāti, kvalifikācijas paaugstināšanas un karjeras attīstības iespējas (Iekšējās kontroles sistēmas izveidošanas, uzraudzības un uzlabošanas vadlīnijas). Personāla vadīšanas un attīstības stratēģijai jāparedz amatu klasifikāciju, karjeras plānošanu, mobilitāti, personāla atlasi, atlīdzības, atzinības un motivācijas elementus, darba izpildes novērtēšanu, personāla plānošanu, apmācību.

Finanšu vadīšanas būtība ir atrast optimālu līdzsvaru starp finanšu ieguldījumiem un atdevi no tiem, bet lai vienlaicīgi uzlabotos darbības efektivitāte. Piemēram, Valsts ieņēmumu dienests darbības un attīstības stratēģijas ietvaros paredzējis pilnveidot un attīstīt procesu vadīšanas sistēmu, nosakot katram procesam skaidri definētus mērķus, darbības, galaproduktu(-us) un rezultatīvos rādītājus, un ieviest visu procesu izpildes un izdevumu uzskaiti.

Sistēmas ieviešanas mērķis ir:

- noskaidrot katra procesa darbietilpību un izmaksas (iekļautas gan tiešās, t.sk. arī darbaspēka izmaksas, gan netiešās izmaksas);
- identificēt nepieciešamos uzlabojumus darba organizācijā;
- paaugstināt struktūrvienības vadītāja atbildību par procesu rezultatīvajiem rādītājiem (Vadlīnijas Valsts ieņēmumu dienesta struktūrvienību procesu optimizēšanai un to izpildes un izmaksu uzskaite, 2011).

Riska pārvaldības sistēma būtu jāiestrādā organizācijas procesos, tai skaitā organizācijas stratēģijā, kas nodrošinātu, ka risku pārvaldība kļūtu par būtisku procesu sastāvdaļu, tādējādi varētu prognozēt iespējamo risku un efektīvi reaģēt uz tiem (*A Columbus programme phase 2 Implementation tool*, 2009).

Izvērtējot nepieciešamību ieviest kādu no vadības jomām, kuras pamatā būtu procesu vadīšana, muitas dienesti var izvēlēties ieviest risku un kvalitātes vadīšanas jomas savas iestādes darbības uzlabošanai vai arī izvēlēties veidot integrētu šo vadīšanas sistēmu modeli. Piemēram, VID ir ieviesta risku pārvaldības sistēma, kura balstās uz procesu vadīšanu, savukārt Skandināvijā muitu dienestos ir izplatīts kvalitātes vadīšanas modelis.

Secinājumi

Muitu dienestiem, neatkarīgi no piederības tādai vai citādai valsts iekārtai, sabiedrība ir pilnvarojusi tiem risināt tādus trīs jautājumus kā valsts drošība, tirdzniecības veicināšana un valsts ekonomisko interešu aizsardzība. Tomēr neatkarīgi no tā, kādi mērķi, uzdevumi ir izvirzīti kādam no muitas dienestiem, ļoti svarīgi muitas dienestam pildīšanai izvirzītos uzdevumus noreducēt līdz procesu darbības līmenim, kā rezultātā būtu iespēja pielietot procesu vadīšanas sistēmu praktiski visās organizācijas darbu nodrošināšanai vitāli svarīgās sfēras. Procesu vadīšana ir katra muitas dienesta kompetence, līdz ar to, kādi procesi iestādē tiks identificēti, ir atkarīgs no daudziem faktoriem, piemēram, kāda ir muitas dienesta kapacitāte, valdības prioritātēm, attiecīgās valsts likumdošanas, pievienošanās kādai no konvencijām, dalība kādā no starptautiskajām organizācijām utt.

Jauni pienākumi un prasības muitu dienestos – pārzināt jaunākās tehnoloģijas un darba procedūras ir būtiski izmainījušas muitu dienestu darba procesu, organizācijas struktūru, kapacitāti un personāla attīstības stratēģiju, nevis vienkāršojot to, bet gan padarot komplicētāku, līdz ar to organizācijām ir nepieciešams izveidot precīzu savu darbību reglamentējošo nodrošinājumu.

Neraugoties uz to, kāds lēmums ir pieņemts uzlabot kādu no vadības jomam– finanšu, kvalitātes, personāla un riska pārvaldība, kā pamatu būtu jāizmanto procesu vadīšanas principus. Personāla vadīšana ir organizācijas darbības sfēra, kurai ir pati lielākā ietekme no procesu vadīšanas – amata apraksti, darba vietu apraksti, profesiju standarti, darba uzskaite, jo precīzāk saistīti ar visas organizācijas mērķiem būs šie iekšējie normatīvie dokumenti, jo var sagaidīt ekselentāku sniegumu no organizācijas vadības un darbinieku puses.

Izmantotās literatūras saraksts

Eiropas Komisija, Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei un Eiropas ekonomikas un sociālo lietu komitejai par stāvokli, muitas savienības stāvokli, (COM, 2012, 791), galīgā redakcija, [tiešsaite], [Skatīts 09.02.2013]. http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/common/publications/com_reports/customs/com%282012%29791_en.pdf

Iekšējās kontroles sistēmas izveidošanas, uzraudzības un uzlabošanas vadlīnijas, [tiešsaite], [Skatīts 20.03.2013.]. www.mk.gov.lv/file/files/aktuali/vadlinijas.pdf

Komisijas ziņojums Padomei un Eiropas Parlamentam, Muitas savienības attīstības stratēģijas progresa ziņojums, (COM, 2011, 922) galīgā redakcija, [tiešsaite], [Skatīts 09.02.2013]. http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/common/publications/com_reports/customs/com%282011%29922_en.pdf

Kvalitātes vadības modeļi, [tiešsaite], [Skatīts 20.03.2013.]. http://www.mk.gov.lv/lv/valsts-parvaldes-politika/kvalitates-vadiba/Kvalitates-vadibas-modeli/

Likums par Valsts ieņēmumu dienestu, [tiešsaite], [Skatīts 05.12.2012]. http://www.likumi.lv/doc.php?id=59902

Vadlīnijas Valsts ieņēmumu dienesta struktūrvienību procesu optimizēšanai un to izpildes un izmaksu uzskaite, Valsts ieņēmumu dienesta 2011.gada 1.novembra rīkojumu Nr.3260

Valsts ieņēmumu dienesta reglaments Nr. 259-r 2012.gada 6.septembrī

Valsts ieņēmumu dienesta Muitas pārvaldes reglaments Nr. 260-r 2012.gada 13.septembrī

Valsts ieņēmumu dienesta Muitas pārvaldes Kurzemes muitas kontroles punktu daļas reglaments Nr. 273-r 2012.gada 21.septembrī

Valsts ieņēmumu dienesta Muitas pārvaldes Kurzemes muitas kontroles punktu daļas Ventspils ostas muitas kontroles punkta 0311 reglaments Nr. 285-r 2012. gada 15.oktobrī

Valsts ieņēmumu dienesta Muitas pārvaldes Kurzemes muitas kontroles punktu daļas vecākā muitas uzrauga amata apraksts, Valsts ieņēmumu dienesta rīkojums Nr. 10328-p 2011.gada 16.decembris, 3.pielikums

VID rīkojums Nr.141, 2009.gada 20.marts, 13.pielikum

VID rīkojums Nr.141, 2009.gada 20.marts, 1.pielikums

VID rīkojums Nr.141, 2009.gada 20.marts, 2.pielikums

A Columbus programme phase 2 Implementation tool (2009). The WCO Capacity Building Development Compendium, WCO

Harmon, P., (2007). *Business Process Change, A Guide for Business Managers and BPM and Six Sigma Professionals,* Second Edition, Morgan Kaufmann Publishers.

People development in customs (2013). Capacity building committee 4. th session, Brussels

Pynes, Joan E., (2009). *Human resources Management for Public and Nonprofit organization*, 3 edition, Jossey-Bass, A Wiley Imprint.

Истомин, Е. П., Соколов, А. Г. (2009). *Теория организации: системный подход*. Санкт-Петербург: Андреевский издательский дом, с. 314.

TEHNOLOĢIJAS MŪSDIENU SKOLĀ – NEPIECIEŠAMĪBA UN IZAICINĀJUMI

TECHNOLOGIES IN MODERN SCHOOL – NECESSITY AND CHALLENGES

Inese Lūsēna–Ezera, Dr.sc.administr
Liepājas Universitāte, Latvija

Kristīne Bārdule
Liepājas Universitāte, Latvija

The 21st century is characterized by the increasing volume of information, unprecedented pace of scientific development and new trends in the use of the information and communication technologies (ICT). These developments determine the necessity to introduce changes in the education system, finding and applying new teaching methods and new forms of work organization. The goal of the present study was to clarify the necessity and possibilities of using ICT in the educational field. The article comprises the analysis of the theoretical framework of the importance of developing competences in the education of the new generation and possibilities to develop these competences by means of ICT. The integration of ICT into different subjects in the Latvian educational system has been studied by performing the content analysis of the National Standard of Basic Education and the standards of the school subjects, The theoretical framework analysis and content analysis revealed that the use of ICT in the educational process provides an opportunity to develop all the relevant competences and achieve learning objectives by taking into consideration the social context, abilities of students, as well as their interests. The study revealed that in the National Standard of Basic Education in Latvia there are no recommendations or suggestions regarding the integration of ICT into compulsory education. The article highlights the authors' views on the possibilities of using ICT in the teaching/ learning process. The study allowed to conclude that in the educational process in Latvia factual knowledge and skills prevail, but the competencies are being developed less.

Atslēgas vārdi: *informācijas sabiedrība, kompetences, informācijas un komunikāciju tehnoloģijas, inovācijas.*

Ievads

Pasaule, kurā dzīvo mūsu bērni, ir pilnīgi atšķirīga no tās, kurā augām un mācījāmies mēs. Pieaugošais informācijas apjoms, izgudrojumu un atklājumu tempi, tehnoloģiju straujā attīstība nosaka nepieciešamību ieviest izmaiņas mācību procesā visās izglītības pakāpēs un izglītības sistēmā kopumā.

Pirmkārt, lai skolēni spētu orientēties plašajā informācijas plūsmā, izglītības sistēmā ir jābalstās uz kompetenču attīstību, nevis faktu apguvi. Jau 2002.gada *Eurydice* ziņojumā tika uzsvērts, ka pasaulē, kurā faktu zināšanu krājuma radīšanas, izplatīšanas un pieejamības ātrums arvien palielinās, samazinās nepieciešamība iegaumēt zināšanas, jo tehnoloģiskā progresa straujās attīstības dēļ mācību priekšmetu zināšanas var drīz novecot, savukārt svarīgas faktu zināšanas var ātri apgūt un nodot ar informācijas un komunikāciju tehnoloģiju (IKT) palīdzību. Tāpat šajā dokumentā uzsvērta arī atbilstošu instrumentu nepieciešamība informācijas atlasīšanai un apstrādei, zināšanu pielietošanai, kas vajadzīgas, lai tiktu

galā ar mainīgajiem darba, izklaides un ģimenes modeļiem Ar šo tādējādi pievēršot uzmanību izglītībā attīstīt tieši kompetences, nevis faktu zināšanas (*Eurydice*, 2002).

Tātad šodien skolēniem ir jāapgūst prasmes atlasīt informāciju, atrast būtiskāko, izmantojot dažādus resursus, kas nav tikai mācību grāmatas. Raksta autores uzskata, ka skolēniem jāprot veidot sasaiste starp esošajām un jaunām zināšanām, savukārt, balstoties uz zināšanām, jāprot pieņemt pārdomātus lēmumus, jāmācās patstāvīgi un nepārtraukti papildināt savas zināšanas.

Otrkārt, skolai ir jāveicina katra skolēna individuālo spēju attīstība un jārada apstākļi, kuros šīs spējas var atklāties, jo mūsu nākotne ir atkarīga no talantu daudzveidības, nevis no vienveidīgi novērtētām spējām. Katram skolēnam piemīt ne tikai inteliģence, kas veidojas zināšanu apgūšanas procesā skolā, bet arī, balstoties uz ģimenē gūtajām priekšzināšanām un pieredzi, veidojusies emocionālā inteliģence. Ne vienmēr cilvēki ar augstāku inteliģences koeficientu gūst lielākus panākumus dzīvē. Bieži emocionālajai inteliģencei ir lielāka nozīme nekā augstam inteliģences koeficientam (Goulmens, 2001). Tādējādi mācību procesā, vērtējot skolēnus, ir jāņem vērā katra bērna individuālās spējas un unikālā iepriekšējā pieredze un jāspēj rast balansu starp skolēnu akadēmisko spēju un emocionālās inteliģences vērtējumu.

Treškārt, arvien nozīmīgāka ir informācijas un komunikāciju tehnoloģiju pielietošanas prasme dažādās dzīves sfērās. Tādējādi ikvienam cilvēkam ir nepieciešams apgūt datorpratību (*computer literacy*). Galvenais tajā ir prasme lietot datoru, izmantot datora un citu IKT instrumentu sniegtās iespējas tieši savas darbības jomā (Informatizācijas un komunikācijas tehnoloģijas izglītības kvalitātei, 2006).

Lai arī skolotāju arsenālā ir daudz dažādu mācību metožu, līdzekļu un materiālu, bērnu potenciālu tie ne vienmēr atver. Mācību procesā netiek pilnvērtīgi izmantotas IKT iespējas, nav arī apkopotu datu par IKT pielietošanas efektivitāti. Mācību procesā joprojām dominē faktu zināšanu apguve un netiek pietiekami attīstītas kompetences. Tādējādi šī pētījuma mērķis ir noskaidrot informācijas un komunikāciju tehnoloģiju izmantošanas nepieciešamību un iespējas izglītībā, veicot Latvijas pamatizglītības standarta un mācību priekšmetu standartu kontentanalīzi, kā arī, analizējot teorētiskās nostādnes par kompetenču attīstības nozīmi nākotnes sabiedrības izglītošanā un kompetenču attīstības iespējas, izmantojot IKT.

IKT izmantošana veicina izmaiņas izglītības sistēmā kopumā (*Garcia, Largo*, 2008). Tādējādi pedagogiem, kuri tehnoloģiju pasaulē ir "digitālie imigranti" (Rubene, 2013), nepieciešams apzināties IKT plašās izmantošanas iespējas izglītības procesā gan informācijas analīzei, gan kompetenču attīstībai, gan katra skolēna individuālo spēju pilnveidošanai un izglītības pieejamības nodrošināšanai. Tehnoloģiju jēgpilnai izmantošanai izglītības procesā ir nepieciešamas inovācijas – process, kurā jaunas zinātniskās, tehniskās, sociālās, kultūras vai citas jomas idejas, izstrādnes un tehnoloģijas tiek īstenotas tirgū pieprasītā un konkurētspējīgā produktā vai pakalpojumā (Nacionālā inovāciju programma 2003.–2006.gadam, 2003), kuras visefektīvāk var realizēt pedagogi, kas pārzina izglītības saturu. Izglītībā jēdzienu "inovācija" raksta autores saista ar inovatīvu skolotāju, kurš māca skolēniem šodien to, kas būs nepieciešams rīt, ļauj skolēniem eksperimentēt, māca pašizglītoties, strādāt kolektīvā, mācīšanās procesā izmanto svešvalodas, pats seko līdzi jaunajām attīstības tendencēm; inovatīvu mācību materiālu, kurš var tikt izmantots skolēniem ar dažādām mācību vajadzībām un ar kura palīdzību tiek realizēta individuālā pieeja; inovatīvu izglītību, kas ir apgūstama katram pieejamā formā, laikā un vietā.

Tādējādi skolās šobrīd ir vajadzīgas nevis reformas un skolas evolūcija, bet gan revolūcija. Viens no izaicinājumiem izglītības sistēmā ir ieviest inovācijas – citas mācību metodes, darba formas, mainīt mācību vidi, lai sagatavotu skolēnus dzīvei sabiedrībā, kurā pastāvīgi notiek pārmaiņas. Šie nosacījumi skolotājam kā personībai liek būt radošam – kompetentam, spējīgam elastīgi, tēlaini domāt un motivētam (*Emabile,* 2007).

1. Nepieciešamās kompetences informācijas sabiedrībā

Informācija ir kļuvusi par vienu no svarīgākajām lietām sabiedrībā un sadzīvē. Zināšanas un prasmes praktiski izmantot jaunās tehnoloģijas un to radītās iespējas, iegūt labumu no tām nosaka iegūtā izglītība. Informācijas sabiedrība, kura ikdienā aktīvi izmanto informācijas tehnoloģiju sniegtās priekšrocības un mērķtiecīgi veicina to attīstību, kurā prasme iegūt, fiksēt un radīt jaunu informāciju ir galvenā indivīda labklājības palielināšanas iespēju un sociālās vērtības mēraukla (Komercdarbības konkurētspējas un inovācijas veicināšanas programma 2007.–2013.gadam, 2007), sāk veidoties jau skolā. Zināšanas kļūst par garīgu vērtību, par materiālo vērtību un labklājības pamatu, informācijas pratība, mūžizglītība, pāreja no mācīšanas uz patstāvīgu mācīšanos ir raksturīgas informācijas sabiedrības iezīmes. Informācijas sniegšanai, apmaiņai un izmantošanai ir nozīmīga loma sabiedrības locekļu ekonomiskās, sociālās, kultūras un citās dzīves sfērās. Nozīmīga ir katra indivīda izglītība un uz zināšanām balstīta ekonomika, kas sekmē ikviena indivīda un visas sabiedrības dzīves līmeņa paaugstināšanos.

Raksta autores uzskata, ka informācijas sabiedrība ir jauns sabiedrības organizācijas modelis. Vēsturiski ir nomainījušies trīs sabiedrības organizācijas modeļi, mainoties sabiedrības primārām vērtībām – pirmatnējā sabiedrība, agrārā sabiedrība un industriālā sabiedrība. 21.gadsimtu raksturo informācijas sabiedrības veidošanās, jo šodien ikvienu sabiedrības locekli katru mirkli apņem milzīgs informācijas apjoms, nebijuši zinātnes attīstības tempi un informācijas un komunikāciju tehnoloģiju attīstības tendences.

Informācijas sabiedrības veidošanās izvirza nepieciešamību pārskatīt pašreizējo mācību programmu saturu, kā arī mācīšanas un mācīšanās metodes, kas savukārt ir radījis pastiprinātu interesi par pamatkompetencēm *(key competencies),* tām kompetencēm, kuras uzskata par nepieciešamām veiksmīgai dalībai sabiedrībā visā dzīves laikā (*Eurydice*, 2002), nepieciešamām zināšanām, profesionālo pieredzi, izpratni kādā noteiktā jomā, jautājumā, un prasmi zināšanas un pieredzi izmantot konkrētā darbībā (Pedagoģijas terminu skaidrojošā vārdnīca, 2000).

Eiropas Parlaments 2006.gadā izstrādāja un apstiprināja astoņas pamatkompetences izglītībā, kas ir pamatā mūžizglītībai – saziņa dzimtajā valodā, saziņa svešvalodās, matemātikas kompetence un pamatprasmes zinātnē un tehnoloģijās, digitālā kompetence, mācīšanās mācīties, sociālā un pilsoniskā kompetence, pašiniciatīva un uzņēmējdarbība, kā arī kultūras izpratne un izpausme. Digitālā kompetence paredz IKT izmantošanu darbam, atpūtai un saziņai, datorprasmes sadarbībai un uzņēmējdarbības veicināšanai (*Key Competences in Europa*, 2009). Latvijas kontekstā 21.gadsimtā nepieciešamās kompetences – valodu prasmes, informācijas un komunikācijas tehnoloģiju pārzināšana un lietošanas prasmes, saziņas un sadarbības prasmes, darba prasmes, uzņēmējspējas, pilsoniskā apziņa, radošums un spēja kritiski domāt, plānot finanses, novērtēt riskus un rast tiem risinājumus – ir ietvertas Latvijas Nacionālā attīstības plānā. Tāpat tiek noteikts, ka kompetences jāpilnveido visa mūža garumā, jo mēs nevaram paredzēt nākotnes vajadzības. Kompetenču pilnveidošanai visa mūža garumā

ir izvirzīti arī uzdevumi, kas ietver mācību procesā iekļaut inovatīvu saturu un ieviest darba formas, kuras veicina radošumu un uzņēmējspējas, izmantojot digitālu mācību vidi, mūsdienīgu svešvalodu apguvi, dabas zinātņu un sociālo zinātņu padziļinātu apguvi, kā arī karjeras izglītības integrēšanu gan pamata, gan vispārējā vidējā izglītībā (Latvijas Nacionālās attīstības plāns 2014.–2020.gadam, 2012).

Tomēr spēkā esošajā Latvijas pamatizglītības standartā tikai valodas jomas mācību priekšmetos ir tieša norāde uz kompetenču attīstību, savukārt pārējo jomu mācību priekšmetos ir netiešas norādes, konkretizējot tikai zināšanu, prasmju un attieksmju kopumu, kas jāapgūst attiecīgajā mācību priekšmetā. Tādējādi Latvijas obligātajā izglītībā lielākoties mācību process joprojām tiek balstīts uz faktu zināšanu apguvi, nevis kompetenču attīstīšanu. Šī iemesla dēļ pedagogiem, kā nākotnes sabiedrības izglītotājiem, ir jāapzinās kompetenču nozīme, un mācību procesā tās jāattīsta, lai sagatavotu skolēnus veiksmīgai darbībai vidē ārpus skolas, lai katrs skolēns spētu integrēties dažādās sociālās sistēmās, tajā pašā laikā saglabājot neatkarību un, mainoties apstākļiem, būtu spējīgs patstāvīgi atjaunot savas zināšanas un prasmes.

Gandrīz visas Eiropas valstis, kas izmanto šo kompetenču ietvarsistēmu, iesaka lietot informācijas un komunikācijas tehnoloģijas kā līdzekli, kas palīdzētu skolēniem apgūt vismaz daļu no šīm kompetencēm. Lai arī Eiropas Savienības vienpadsmit valstīs tiek ieteikts izmantot IKT visu ES pamatkompetenču apguvei, Latvijā tiek rekomendēts IKT izmantot tikai saistībā ar digitālo kompetenci un matemātikas un zinātņu kompetenci (*Eurydice*, 2011).

2. IKT izmantošana kompetenču attīstīšanai

Mūsdienu sabiedrībā cilvēki dzīvo it kā divās pasaulēs – reālajā un virtuālajā. Lai informācijas sabiedrībā cilvēks būtu veiksmīgs – spētu iekļauties sabiedrībā, dibināt sociālos kontaktus, mācīties, pilnveidot sevi, atrast darbu, viņam ir jābūt veiksmīgam abās šajās pasaulēs. Tādēļ, pirmkārt, skolotājiem nepieciešams pilnveidot savas prasmes un parādīt skolēniem sociālās vides izmantošanas iespējas, tad bērns mācīsies dzīvot abās pasaulēs, pratīs sadarboties ar citiem cilvēkiem, virtuālo vidi izmantos mācībām, sevis pilnveidošanai, kontaktu dibināšanai (Rubene, 2013).

Modernās tehnoloģijas ir tās, kas ietekmē un maina izglītības sistēmu visās valstīs. Tehnoloģiju straujais uzvaras uznāciens iespaido pedagoģisko domu visā pasaulē, kas pedagoģijai nozīmē jaunas pieejas mācību procesam un mācību metožu meklējumus. IKT izmantošana var sniegt vairākus ieguvumus, tomēr īpaši nozīmīgi, ja paši skolēni mācību procesā var izmantot IKT. Pētījumi rāda, ka IKT izmantošana var palielināt skolēnu motivāciju mācīties, ļaujot viņiem vairāk kontrolēt mācību pieredzes gūšanu (*Passey et al*., 2003). Pētījumā par inovatīvu praksi lietot skolā IKT, skolotāji secina, ka IKT pielietojums mācību procesā motivē skolēnus veikt darbu, pilnveidot to un sasniegt standartu prasības. Skolēni uzskata, ka izmantojot tehnoloģijas, ir iespēja attīstīt digitālo kompetenci, kura būs nepieciešama nākotnē gan izglītojoties, gan strādājot, kā arī to, ka, izmantojot IKT, ir iespēja atkārtot mācību saturu, ja tas netika izprasts pirmajā reizē. Pētījumā tāpat arī noskaidrota IKT nozīme pašmotivācijas paaugstināšanā (*Kington et al.*, 2002). Turklāt IKT izmantošana noteiktu priekšmetu apguvē var pozitīvi ietekmēt mācību rezultātus (*Eurydice*, 2011).

Prasmīga un kritiska tehnoloģiju pielietošana mācību procesā nodrošina skolēniem veiksmīgu iekļaušanos informācijas sabiedrībā. Ar tehnoloģiju jeb digitālo kompetenci, kas ir mācību pamatā un saistīta ar pārliecinošu un kritisku IKT izmantošanu, ir iespējams nodrošināt veiksmīgu citu

kompetenču veidošanos, kas nepieciešamas visās izglītības pakāpēs un visos mācību priekšmetos (*Eurydice*, 2002). Digitālo līdzekļu lietošanas prasme, zināšanas un prasmes, kas nepieciešamas, lai piedalītos svarīgās IKT lietotāju aktivitātēs, šodien tiek uzskatītas par priekšnoteikumu pamatprasmju ieguvei gan noteiktos priekšmetos, gan starppriekšmetu jomā (*ICT Cluster*, 2010).

Nenoliedzami – IKT integrēšana mācību priekšmetu standartos ir liels izaicinājums skolotājiem, jo, kā norāda Krievijas Pedagoģisko zinātņu doktors Aleksandrs Uvarovs (***Уваров***), tehnoloģiju ieviešana mācību procesā negarantē augstākus mācību rezultātus skolēniem. Ir nepieciešams mainīt mācību procesā izmantotās mācību metodes un sadarbības formas starp skolotāju un skolēniem (Uvarovs, 2013). Ir nepieciešams formulēt, kā izmantot IKT, lai tiktu sasniegti mācību mērķi un pilnveidots mācību process (Pineida, 2011). Tāpat arī pastāv maldīgs priekšstats, ka mācīšanās procesa pilnveide un pamatkompetenču attīstīšana ir iespējama, IKT integrējot tikai mācību priekšmetā *informātika*. (Danče, 2010). Tādēļ izglītībā ir nepieciešamas inovatīvas pedagoģiskās metodes, kuru pamatā ir aktīva un empīriska mācīšanās, kuras ir pilnveidojamas, izmantojot IKT, un var palielināt skolēnu iesaistīšanos un uzlabot viņu rezultātus (*Eurydice*, 2011). Tādējādi skolēniem tiktu attīstītas 21.gadsimtā nepieciešamās kompetences, kā arī viņu individuālās spējas. Uzlabojot savu datorpratību un izmantojot zināšanas mācību priekšmetā un metodikā, skolotājiem būtu iespēja vairāk ieinteresēt skolēnus mācību priekšmeta apguvē. Tomēr, pamatojoties uz pētījumu rezultātiem secināts, ka skolotāji atzīst IKT nozīmi izglītībā, tomēr viņiem sagādā grūtības šo tehnoloģiju apguve, tādēļ līdz šim salīdzinoši maz skolotāju IKT izmanto mācību stundās (*Eurydice*, 2011).

IKT pielietojums izglītībā tiek saistīts arī ar skolēnu vērtēšanu: IKT izmantošana var atvieglot vērtēšanu, kā arī vērtēšana var būt pilnībā balstīta uz IKT. Pašvērtēšana ir formatīva vērtēšana, kurā skolēni paši vērtē savu darbu. IKT var palīdzēt skolēniem to veikt, jo tūlīt sniedz atbildi par skolēna darbu un ļauj koplietot informāciju. Mācību rezultātu vērtēšanā galvenā uzmanība tiek pievērsta tam, ko skolēnam jāspēj veikt noteikta izglītības posma vai pakāpes beigās. IKT izmantošana var atvieglot šo kompetenču vērtēšanu. E-portfelis ir pilnībā uz IKT balstīts vērtēšanas mehānisms. Tas ir elektronisks lietotāju sasniegumu apkopojums, kas ļauj novērtēt skolēnu kompetences. Latvijas izglītības sistēmā tiek izmantota pašvērtēšana un mācību rezultātu vērtēšana, bet saskaņā ar pētījumu Latvijā nav izstrādātas rekomendācijas par skolēnu vērtēšanu, izmantojot IKT (*Eurydice*, 2011). Arī e-portfelis kā vērtēšanas veids šobrīd Latvijas izglītības sistēmā skolēnu kompetenču vērtēšanai netiek piedāvāts. Tādējādi skolēnu akadēmisko zināšanu un emocionālās inteliģences vērtējuma sabalansēšana un izvērtēšana pilnībā balstās uz skolotāja vērtējumu, kas bieži varētu būt subjektīvs.

3. Informācijas un komunikāciju tehnoloģiju iekļaušana valsts pamatizglītības standartā Latvijā

Latvijā obligātā pamatizglītība apgūstama no septiņu gadu vecuma. 2006.gada 19.decembrī ir apstiprināti noteikumi par valsts standartu pamatizglītībā un pamatizglītības mācību priekšmetu standarti. Pamatizglītības standartā noteiktie pamatizglītības programmu galvenie mērķi ir nodrošināt skolēnu ar sabiedriskajai un personiskajai dzīvei nepieciešamajām pamatzināšanām un pamatprasmēm un radīt pamatu turpmākajai izglītībai, veicināt skolēnu harmonisku veidošanos un attīstību, sekmēt atbildīgu attieksmi pret sevi, ģimeni, sabiedrību, apkārtējo vidi un valsti. Pamatizglītības programmu galvenie uzdevumi ir nodrošināt iespēju apgūt mācīšanās pamatprasmes un informācijas tehnoloģiju izmantošanas pamatiemaņas, nodrošināt iespēju apgūt Latvijas pilsonim nepieciešamās zināšanas un demokrātijas vērtības, nodrošināt iespēju gūt radošās darbības pieredzi, izkopt saskarsmes un

sadarbības spējas (Noteikumi par valsts standartu pamatizglītībā un pamatizglītības mācību priekšmetu standartiem, 2006.). Pamatizglītības standartā ir noteiktas četras izglītības jomas – tehnoloģiju un zinātņu pamati, valoda, māksla un cilvēks un sabiedrība, kā arī jomām raksturīgie mācību priekšmeti.

Analizējot pamatizglītības standartu, tika konstatēts, ka tikai jomas *tehnoloģiju un zinātņu pamati*, kurā ietvertie priekšmeti ir *matemātika, dabaszinības, ķīmija, fizika, bioloģija, ģeogrāfija un informātika*, galvenajos uzdevumos ir nedaudz konkretizētas apgūstamās prasmes darbā ar IKT.

- Nodrošināt iespēju apgūt pamatzināšanas par matemātikas un dabaszinātņu likumsakarībām, informācijas tehnoloģiju izmantošanas iespējām, veicinot dabas vienotības izpratni.
- Veicināt pētniecības darba pamatu apguvi, vērojot parādības un procesus dabā, izmantojot matemātiskos modeļus un informācijas tehnoloģijas.
- Attīstīt izpratni par saistību starp matemātikas un dabaszinātņu sasniegumiem, tehnoloģijām, cilvēka ikdienas dzīvi, saimniecisko darbību un vidi, radot nepieciešamību rūpēties par vides un veselības saglabāšanu.
- Attīstīt daudzveidīgu mācību pieredzi (Noteikumi par valsts standartu pamatizglītībā un pamatizglītības mācību priekšmetu standartiem, 2006).

To apstiprina arī *Eurydice* pētījumā iegūtie dati, kuros norādīts, ka IKT izmantošana Latvijā ir minēta tikai saistībā ar matemātiku un dabaszinībām (*Eurydice*, 2011).

Lai noskaidrotu, cik lielā mērā pamatizglītības mācību priekšmetos ir paredzēts integrēt IKT, autores analizēja Latvijas pamatizglītības mācību priekšmetu standartos noteiktās apgūstamās zināšanas, prasmes un kompetences, beidzot 3., 6.un 9.klasi.

Latvijas skolēniem IKT zināšanas un prasmes paredzēts apgūt no 5. līdz 7.klasei atsevišķā mācību priekšmetā "informātika". Šī mācību priekšmeta mērķis ir sekmēt izglītojamā zināšanu pilnveidošanu un praktisko prasmju attīstīšanu moderno informācijas un komunikācijas tehnoloģiju lietošanā informācijas iegūšanai, apstrādei un analīzei, kas nepieciešama daudzveidīgās dzīves situācijās un citu mācību priekšmetu apguvē (Noteikumi par valsts standartu pamatizglītībā un pamatizglītības mācību priekšmetu standartiem, 2006). IKT prasmju apgūšanai ir izstrādāts mācību priekšmeta *Informātika* standarts, kurā noteikts, ka skolēni:

- apgūst informācijas un komunikācijas tehnoloģiju pamatjēdzienus;
- pilnveido praktiskās informācijas un komunikācijas tehnoloģiju lietošanas prasmes, lai individuāli vai sadarbībā ar citiem spētu identificēt problēmas un risināt tās;
- gūst intelektuālās darbības brīvības un atbildības pieredzi demokrātiskā sabiedrībā;
- veido paradumu strādāt drošā darba vidē un apgūt paņēmienus, lai varētu izvairīties no veselības traucējumiem, kas gūti darbā pie datora, vai mazināt tos;
- izprot informācijas un komunikācijas tehnoloģiju straujās attīstības nozīmi sabiedrībā;
- motivēti attīsta savas spējas, lai kļūtu par pilntiesīgu informācijas sabiedrības locekli. (Noteikumi par valsts standartu pamatizglītībā un pamatizglītības mācību priekšmetu standartiem, 2006).

Pamatizglītības mācību priekšmetu standartos tiek ieteikts tehnoloģijas izmantot arī citu mācību priekšmetu mācīšanai – *matemātikā, dabaszinībās, bioloģijā, fizikā, ķīmijā, sociālajās zinībās, Latvijas*

un pasaules vēsturē, mājturībā un tehnoloģijās. Tomēr atšķirībā no citām Eiropas valstīm Latvijā IKT tiek ieteikts izmantot tikai papildus aktivitātēm, piemēram, mājas darbu un projektu darbu veikšanai (*Eurydice*, 2011).

Pamatizglītības mācību priekšmetu standartos ir noteikts, ka skolēniem jāprot:

- izvēlēties nepieciešamos informācijas avotus un informācijas iegūšanas paņēmienus atbilstoši veicamajam uzdevumam,
- apkopot datus no dažādiem piemērotiem avotiem,
- apstrādāt un attēlot datus diagrammās un grafikos,
- izmantot kalkulatoru/datoru informācijas apstrādei,
- iegūt informāciju pētījuma plānošanai,
- apstrādāt un analizēt informācijas avotos un eksperimentos iegūtos datus, iepazīstināt klasesbiedrus ar iegūtajiem rezultātiem un apspriest tos,
- novērtēt iegūtās informācijas ticamību un salīdzināt dažādos avotos iegūto informāciju, izteikt savu viedokli par to. (Noteikumi par valsts standartu pamatizglītībā un pamatizglītības mācību priekšmetu standartiem, 2006).

Tomēr šīs prasmes var attīstīt gan izmantojot IKT, gan izmantojot citus līdzekļus un metodes, turklāt, tehnoloģiju iespējas tiek paredzēts izmantot ļoti vienpusēji. Pamatizglītības mācību priekšmetu standartos paredzēts, ka IKT tiek lietotas tikai informācijas iegūšanai, apstrādei un prezentācijai, ignorējot daudzveidīgās tehnoloģiju izmantošanas iespējas. Tāpat ir ļoti vispārīgi un nekonkrēti norādītas ar IKT pielietojumu apgūstamās zināšanas un prasmes, tādējādi veidojot situāciju, kad IKT var netikt pielietotas mācību priekšmeta apguvē. Tas nozīmē, ka IKT pielietošana dažādos mācību priekšmetos tiek atstāta skolotāju – entuziastu rokās.

Analizējot mācību priekšmetu standartos norādītās zināšanas un prasmes, kuras skolēniem jāapgūst, beidzot 3.klasi, var secināt, ka IKT pielietojums tiek ieteikts tikai mācību priekšmetā *sociālās zinības:*

- atrast nepieciešamo informāciju,

- izmantojot tehnoloģijas, jāatrod mācību uzdevuma veikšanai nepieciešamā informācija skolotāja norādītajos informācijas avotos, piemēram, Latvijas karte, zīmējums, uzziņu literatūra, vienkārši grafiki, saruna ar līdzcilvēkiem, plašsaziņas līdzekļi, arī internets (Noteikumi par valsts standartu pamatizglītībā un pamatizglītības mācību priekšmetu standartiem, 2006.).

Savukārt mācību priekšmetu standartos norādītajās apgūstamajās zināšanās un prasmēs, beidzot 6.klasi, dators tiek norādīts **vienīgi kā informācijas iegūšanas resurss** *matemātikā, dabaszinībās, mājturībā un tehnoloģijās, Latvijas un pasaules vēsturē un sociālajās zinībās*. Arī *Eurydice* pētījuma dati apliecina, ka Latvijā ieteikumu skolēniem par IKT izmantošanu vai atbalstu skolām sākumskolas izglītībā (1.–6.klase) praktiski nav (*Eurydice*, 2011).

Pamatizglītības mācību priekšmetu standartos, beidzot 9.klasi, tiek noteikts, ka jāprot izmantot kalkulatoru vai datoru informācijas apstrādē matemātikā. Informācijas tehnoloģijas ir jāprot izmantot kā vienu no informācijas avotiem *fizikā, ķīmijā, bioloģijā, ģeogrāfijā un sociālajās zinībās. Ķīmijā un bioloģijā* ir jāprot izmantot mūsdienīgas informācijas tehnoloģijas, lai saglabātu iegūto informāciju.

Latvijas un pasaules vēsturē tiek paredzēts, ka skolēni ne tikai prot izmantot internetu informācijas iegūšanai, bet saprot, ka ne visi vēsturiskās informācijas avoti, īpaši internets, ir uzticami.

Valodu jomas mācību priekšmetu *latviešu valoda, latviešu valoda un literatūra* mazākumtautību izglītības programmās, *mazākumtautības valoda, svešvaloda*, mākslu jomas mācību priekšmetu *literatūra, mūzika, vizuālā māksla*, kā arī jomas "cilvēks un sabiedrība" mācību priekšmetu *sports, ētika un kristīgā mācība* standartos zināšanas, prasmes un kompetences, kuras jāapgūst izmantojot IKT, netiek konkretizētas.

Balstoties uz pamatizglītības mācību priekšmetu standarta analīzi un salīdzinošo Eiropas Savienības valstu pētījumu, var secināt, ka Latvijā praktiski nav rekomendāciju vai ieteikumu par IKT izmantošanu obligātajā izglītībā.

Vairumā Eiropas valstu skolas iekļauj IKT visā izglītības saturā (*Eurydice*, 2011), lai attīstītu skolēnu digitālo līdzekļu lietotprasmi (*ICT Cluster*, 2010). Savukārt Latvijā, apgūstot datorprasmes atsevišķā mācību priekšmetā *informātika* un citos mācību priekšmetos tās pielietojot reti, netiek nodrošināts apgūto zināšanu un prasmju praktisks pielietojums, tādējādi netiek veicināta datorpratības *(computer literacy)* veidošanās.

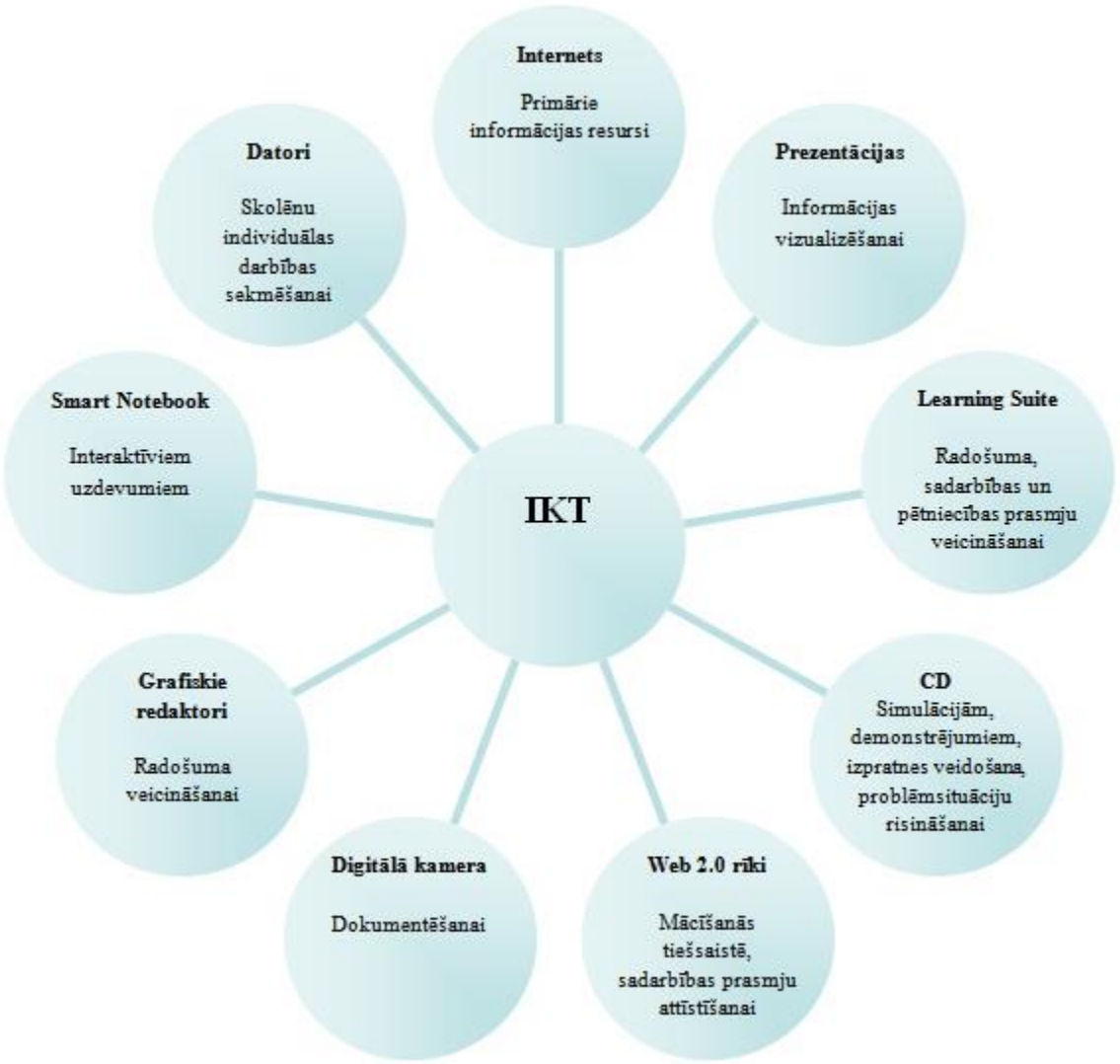
4. IKT izmantošanas iespējas mācību procesā

Pedagoģisko zinātņu doktors Aleksandrs Uvarovs pauž uzskatu, ka pašreizējā skola izveidojās informācijas revolūcijas rezultātā, kuras pamatā bija grāmatu iespiešana – tās bija XVII gadsimta jaunās informācijas tehnoloģijas. Šodien ir XXI gadsimts un tā laika informācijas tehnoloģijas sevi ir izsmēlušas (Uvarovs, 2013). Informācijas sabiedrības veidošanās un tehnoloģiju attīstība rada nepieciešamību ieviest izmaiņas arī skolās. Tādējādi nepieciešama cita izglītības vide, kur skolēnam ir iespēja izmantot datoru tad, kad viņam tas ir vajadzīgs. Skola ir jāmaina, un šis process ir neatgriezenisks (Uvarovs, 2013).

Vairums Eiropas valstu mācību procesā iesaka izmantot dažādas ierīces – datorus, projektorus, DVD, video, televizorus, kameras, interaktīvās tāfeles, mobilos tālruņus, e-grāmatu lasīšanas programmas un virtuālu mācību vidi, kurā ir integrētas vairākas IKT infrastruktūras, lai radītu personalizētu tiešsaistes mācību telpu (*Eurydice*, 2011). Pētījumu rezultātā ir secināts, ka IKT mērķtiecīga pielietošana izglītības sistēmā ir viens no instrumentiem, lai paaugstinātu izglītības kvalitāti. (Informācijas un komunikācijas tehnoloģijas izglītības kvalitātei, 2006). Jēgpilna IKT izmantošana mācību procesā sniedz iespējas veidot efektīvu mācību vidi, kombinējot tekstu, attēlus, animācijas, video un audio informāciju, kā arī pilnveido skolēnu sadarbības prasmju attīstību, kā rezultātā iespējams nodrošināt personalizētas mācības, paaugstināt motivāciju un skolēnu mācību sasniegumus.

Tādējādi skolotājiem nepieciešama tāda darba plānošana, kuras rezultātā skolēniem būtu iespējams iegūt ne tikai zināšanas un attīstīt konkrētas prasmes, bet būtu arī iespēja katram radoši un patstāvīgi izpausties, izvēlēties gan darba vietu un laiku, gan tempu atbilstoši savām spējām, kā arī attīstīt pamatkompetences. Šajā gadījumā aktuāls ir arī jautājums par pedagogu spējām un zināšanām pilnvērtīgai IKT izmantošanai mācību procesā: *vai zināšanas par IKT nav pārāk šauras? kādi IKT izmantošanas paņēmieni ir skolotāju rīcībā? vai tie ir efektīvi?* Pirms rast atbildes uz

iepriekšminētajiem jautājumiem, sākotnēji ir svarīgi saprast, kādas tad kopumā ir IKT pielietojuma iespējas mācību procesā (skat. 1.attēlu).



1. attēls. IKT izmantošanas iespējas mācību procesā

Lai izmantotu **datoru mācību procesā**, skolotājam vispirms ir jāuzkrāj datu bāze, shēmas, tabulas, animācijas un video materiāli, attēli utt. Izmantojot savu uzkrāto datu bāzi, datoriem var rast plašu pielietojumu. Skolotājiem tās ir iespējas izmantot teksta redaktoru pārbaudes darbu izveidei, visdažādāko materiālu sagatavošanai stundām, attēlu modelēšanai stundas vajadzībām, elektronisko materiālu ērtai saglabāšanai un papildināšanai. Skolēniem dators ir pacietīgs "pedagogs", kurš var atkārtot izskaidrojumu tik daudz reižu, cik nepieciešams, neizrādot nepatiku vai nogurumu. Tas pilnībā

pievērš uzmanību vienam skolēnam, ko nevar izdarīt skolotājs, kurš strādā ar visu klasi. Dators ir "laipns, uzmanīgs un iecietīgs", veidojot dialogu ar jebkuru skolēnu, kā arī objektīvi un uzreiz novērtē skolēna zināšanas.

Interaktīvās tāfeles izmantošana stundās paaugstina skolēnu motivāciju aktīvāk līdzdarboties, paver jaunas līdz šim nebijušas iespējas stundas organizācijā, sadarbībā, skolēnu ieinteresēšanā un motivēšanā, materiālu sagatavošanā, stundas pierakstu saglabāšanā. Interaktīvās tāfeles piedāvā attēlu galerijas, uzdevumu veidošanas sagataves, kas palīdz skolotājiem integrēt tehnoloģijas mācību procesā jebkuras klases skolēniem visos mācību priekšmetos.

Grafiskos redaktorus var izmantot attēlu izveidei un rediģēšanai, fotogrāfiju apstrādei, kā arī dizaina projektu izstrādei. Tos var izmantot zīmēšanai no pavisam vienkārša darba līdz iespaidīga digitālā zīmējuma iegūšanai. Ar grafisko redaktoru palīdzību veiksmīgi var veicināt skolēnu radošumu.

Izmantojot **digitālo kameru,** skolēni var izveidot sava darba video, iegūstot gatavu produktu, kuram ir zināma vērtība pašam skolēnam un ar kuru var dalīties ar saviem klasesbiedriem, vecākiem, skolotājiem. Tāpat digitālā kamera var tikt pielietota, lai ierakstītu un analizētu katrs savu darbu.

Web 2.0 rīki ir tehnoloģijas, kas ļauj sadarboties un attīstīt cilvēku idejas. Tās apvieno dažādas tehnoloģijas, nodrošinot savstarpēju informācijas apmaiņu un attālinātu sadarbību skolotājam ar skolēnu vai skolēniem savā starpā. Tās ļauj radīt kopienas un sociālās vietnes, kur saturu veido ne tikai vietnes turētāji, bet arī tās apmeklētāji, nodrošina vieglu failu apmaiņu un dažādu emuāru rakstīšanu, veidojot dažādus forumus un ļaujot ievietot video.

Dažādot stundas iespējams, izmantojot **kompaktdiskus** (CD)**.** Tos var izmantot praktiski visos stundas posmos, lai veicinātu mācību priekšmeta apguves motivāciju. Tas ir papildus ilustratīvais materiāls, grafiki, animācijas, video un audio fragmenti, interaktīvi laboratorijas darbi, kurus var veikt ar bīstamām vielām dabaszinību mācību priekšmetos, "ceļošana laikā" vēsturē, uzdevumi valodu apguvei. CD dod skolēnam iespēju interaktīvi modulēt situācijas, kuras ir sarežģīti īstenojamas ar tradicionālajām mācību metodēm.

Learning Suite ir Microsoft piedāvāts bezmaksas programmu un rīku komplekts, kas paredzēts tieši izglītības procesa pilnveidošanai. Ar šo programmu un rīku palīdzību iespējams attīstīt skolēnu sadarbības prasmes, veicināt radošumu, veikt pētījumus, pilnveidot skolēnu digitālās prasmes, kā arī pašiem skolotājiem pilnveidot savas zināšanas un prasmes darbā ar IKT.

Datorprezentācijas ir efektīva metode jebkura mācību priekšmeta apguvē un informācijas sniegšanā. Tas ir līdzeklis, kas padara mācību procesu intensīvāku, bagātina to. Izmantojot prezentāciju lietotnes, ir iespējams skolēniem demonstrēt attēlus, shēmas, diagrammas, kartes, zīmējumus, tādējādi nodarbinot visus atmiņas veidus – dzirdes, redzes, asociatīvo. Attēli palīdz vizualizēt abstraktas idejas, ko skolēniem savādāk būtu grūti iztēloties. Izmantojot datorprezentācijas, ir iespējams nodrošināt skolēnu patstāvīgo darbību un sadarbību. Prezentācijās iekļautie testi ļauj pārbaudīt mācāmās vielas apguvi. Vienreiz izveidotu prezentāciju turpmāk viegli pilnveidot, papildināt un izmantot ar citu mērķi. Nav nepieciešams skolā iegādāties daudz un dažādus plakātus, tādējādi ietaupot finanšu līdzekļus.

Internets piedāvā gan skolēniem, gan skolotājiem plašu un daudzpusīgu satura informāciju par visdažādākajām tēmām. Skolēniem darboties ar informāciju Internetā ir jāmāca. Informācijas meklēšana prasa pacietību, loģisku pieeju, analīzes prasmes un pierakstu veikšanu. Tātad, izmantojot internetu, ir iespēja mācīt skolēniem būt kritiskiem pret iegūto informāciju, pārbaudīt šīs informācijas patiesumu, citēt avotus un rakstīt atsauces, gatavojot referātus vai projektus, lai tiktu ievērotas autortiesības un jebkuram interesentam pašam dotu iespēju atrast konkrēto tīmekļa lapu vai dokumentu. Internetā ir iespējams lejuplādēt dažādas mācību materiālu veidošanas bezmaksas programmas. Izmantojot Internetu, ir iespējams mācību procesā izmantot web 2.0 rīkus.

Tehnoloģijas savas uzskatāmības dēļ palīdz dziļāk apgūt mācību priekšmetus, attīstīt iztēli un skolēnu radošās spējas, un, atšķirībā no mācību grāmatām, tās veido plašu mācību materiālu, kurā apvienots teksta materiāls, interaktīvie modeļi, vienkāršās animācijas, video materiāli, zīmējumi, skaņas. IKT pielietojums mācību procesā ir saistāms gan ar informācijas atlases un analizēšanas prasmju attīstību, gan prezentācijas prasmi, gan prasmi sadarboties un prasmi mācīties.

Secinājumi

Ir svarīgi, lai jaunā paaudze veiksmīgi sagatavotos dzīvei strauji ekonomiski un tehnoloģiski mainīgajā laikā. Lai to veiksmīgi sasniegtu, nozīmīga ir skolēnu iegūtās izglītības kvalitāte, skolēnu gatavība turpināt izglītību visā dzīves laikā, spēja sasniegt iecerēto un būt atbildīgam par savām veiksmēm un neveiksmēm. To var panākt, izglītības procesā pielietojot informācijas un komunikāciju tehnoloģijas, tādējādi nodrošinot mācību mērķu optimālu sasniegšanu, kompetenču attīstīšanu, ievērojot gan sociālo pasūtījumu, gan skolēnu intereses.

Izmantojot IKT piedāvātās iespējas un realizējot inovatīvas pedagoģiskās pieejas – uz projektiem balstītas mācību aktivitātes, personalizētas mācības, kas skolēniem ļauj mācīties viņu sagatavotībai, pieredzei un interesēm atbilstošā veidā, individualizētas mācības, kad skolēniem tiek dota iespēja darboties sev piemērotā tempā, vietā un laikā, ir iespējams mācības pielāgot atsevišķu skolēnu prasmju līmenim un izglītības vajadzībām, tādējādi paaugstinot skolēnu motivāciju mācīties un attīstot katra individuālās spējas un talantus.

Normatīvajos dokumentos ir nepieciešams izstrādāt rekomendācijas par IKT izmantošanu obligātajā izglītībā, lai nodrošinātu apgūto zināšanu un prasmju praktisku un radošu pielietojumu un kompetenču attīstību, kā arī veicinātu datorpratības veidošanos.

Informācijas un komunikācijas tehnoloģijas piedāvā dažādus rīkus, kas rada jaunas iespējas darbam klasē, palīdz dziļāk apgūt mācību priekšmetus, attīsta iztēli un skolēnu radošās spējas, veido plašu mācību materiālu klāstu.

Izmantotās literatūras saraksts

Emabile, T. (2007). Harvard Business Review on *Inovatīva domāšana*. Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 5.– 14. lpp.

Garcia, G., Largo, A. (2008). *Proposals to improve Chilean education in a world with penguins that wear earphones and cell phones.* Santiago: Acapulco.

Goulmens, D. (2001) Tava emocionālā inteliģence. Rīga: Jumava, 461 lpp.

Informatizācijas un komunikācijas tehnoloģijas izglītības kvalitātei. Informatizācijas programma 2007. – 2013.gadam *MK noteikumi Nr. 812,* 20.10.2006., [tiešsaiste]. [Skatīts 2013.gada 7.janvārī]. http://www.likumi.lv

Key Competences in Europa: Open Doors for lifelong learners Across the School Curriculum and Teacher Education. *Warsaw, Poland: Center for Social and Economic Research*, 2009., [tiešsaiste]. [Skatīts 2012.g. 28.decembrī]. http://ec.europa.eu/education/more-information/doc/keysum_en.pdf

Kington, A., Harris, S., Leask, M. (2002). Innovative practice using ICT in schools: findings from two case studies. *Management in Education, Sage*.

Komercdarbības konkurētspējas un inovācijas veicināšanas programma 2007.–2013.gadam. *MK rīkojums Nr.406,* 28.06.2007., [tiešsaiste]. [Skatīts 19.01.2013.]. http://www.likumi.lv/doc.php?id=159798

Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2014.–2020.gadam. *nap.lv,* 20.12.2012., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.12.2012.]. http://www.nap.lv/images/20121220_NAP2020_Saeimā_apstiprināts.pdf

Learning, Innovation and ICT Lessons learned by the ICT cluster Education & Training programme (2010), [tiešsaiste]. [Skatīts 18.01.2013.]. http://www.kslll.net/documents/key%20lessons%20ict%20cluster%20final%20version.pdf

Nacionālā inovāciju programma 2003.–2006.gadam. MK rīkojums Nr.205, 08.04.2003., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.12.2012.] http://www.innovation.lv/ino2/publications/nip_mk_010403.pdf

Noteikumi par valsts standartu pamatizglītībā un pamatizglītības mācību priekšmetu standartiem. *likumi.lv,* 22.12.2006., [tiešsaiste]. [Skatīts 18.01.2013.]. polsis.mk.gov.lv/LoadAtt/file29792.doc

Pamatdati par IKT izmantošanu mācībās un inovācijā Eiropas skolās. (2011). Education, Audiovisual and Culture Executive Agency. Eurydice, 121 lpp.

Pamatkompetences. Jauns jēdziens vispārējā obligātajā izglītībā. (2002). Eiropas izglītības informācijas tīkls. Eurydice, 177 lpp.

Passey, D., Rogers, C., Machell, et al (2003). The Motivational Effect of ICT on Pupils. [pdf] *London: Department for Education and Skills,* [tiešsaiste]. [Skatīts 10.02.2013.]. http://www.canterbury.ac.uk/ education/protected/spss/docs/motivational-effect-ict-brief.pdf

Beļickis, I., Blūma, D., Koķe, T. et al, (2000). *Pedagoģijas terminu skaidrojošā vārdnīca.* Rīga: Zvaigzne ABC, 2000. 248 lpp.

Pineida, F.O. (2011). Competencies for the 21st Century: Integrating ICT to Life, School and Economical development. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 28, 54.–57. lpp.

Rubene, Z. (2013.) Attiecības starp skolotāju un skolēnu – digitālais imigrants vs. digitālais pilsonis. *Skolas Vārds*, 1, 15.–19. lpp.

Sivakova, D. (2010). The influence of using the information and communications technology in primary education. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 4270.–4273. lpp

Uvarovs, A. (2013). Зачем страусу оцифрованный учебник. *Telegraf.lv*, 09.11.2012., [tiešsaiste]. [Skatīts 19.01.2013.]. http://www.telegraf.lv/news/zachem-strausu-ocifrovannyi-uchebnik

LAIKRAKSTA LOMA REĢIONA KOPIENĀ

THE ROLE OF THE NEWSPAPER IN THE REGIONAL COMMUNITY

Sandra Murinska
Latvijas Universitāte, Latvija

Every year when summarizing the most up-to-date results of the study of the readership of the press, regional press is mentioned as one of the most consumed press categories in Latvia. In 2012 it ranked third after weekly and monthly editions. Thus, the goal of the present article is to reveal the role of such a press in the regional community from the point of view of local journalists. Regional mass media, with one of their main characteristics being the geographical location, are referred to as 'community media'; but their field of activity is called 'community journalism' which represents a special type of collecting, composing and distributing news in small, geographically defined regions. At the end of 2012 a survey was conducted of journalists and editors of the newspapers published in the Latgale region including various aspects of media activity, such as the role of a newspaper in a local environment, characteristics of the local readership, its needs and desires, tendencies in a community journalism, its challenges in the region. The survey revealed how representatives of the press characterize their newspaper and its readership. The performed study confirmed the significant role regional newspapers play in the life of the community, also identifying two most important tendencies. First, newspapers are a primary source in providing local information and help to preserve local traditions and culture. Therefore, local newspapers become an inherent part of the community, which indicates the second tendency – representation of the community interests and acting as a watchdog of the community needs. The journalists underlined that they help the community be informed about the current regional processes; they invite the readers to express their opinion and promote it, though, sometimes the professional standards of journalism are violated this way.

***Atslēgas vārdi**: kopiena, komunikācija, rituāla pieeja, kopienas žurnālistika, kopienas laikraksti.*

Ievads

Atskatoties uz ikgadējiem preses patēriņa datiem, redzams, ka reģionālie izdevumi ir vieni no lasītākajiem Latvijā. Pēc pētījumu aģentūras TNS datiem, gandrīz katrā reģionā lasītāko preses izdevumu vidū ir sastopams kāds vietēja mēroga laikraksts (Krūze, 2012). Tehnoloģiju attīstības radītās tendences mediju patērēšanā un pieejamībā ir mainījušas drukāto izdevumu nozīmi cilvēku ikdienā, tomēr vietējie laikraksti joprojām spēj uzturēt un saglabāt lasītāju interesi. *Reģionu iedzīvotāju dzīvē vietējie mediji ir nozīmīgi nacionālo mediju konkurenti, bieži vien tie tiek izmantoti ne tikai vietējās, bet arī nacionālās informācijas iegūšanai* (Zobena, red., 2005, 72).

Šādi mediji, kur viena no to pazīmēm ir ģeogrāfiskā atrašanās vieta, teorētiskajā literatūrā tiek dēvēti par kopienas medijiem, savukārt to darbības prakse par kopienas žurnālistiku, kas reprezentē īpašu ziņu vākšanas, veidošanas un izplatīšanas paņēmienu nelielos, ģeogrāfiski noteiktos reģionos, uzsverot vietējās ziņas un informāciju par kopienas dzīvi. Ilgu laika posmu kopienas žurnālistika tika lietots kā

sinonīms apzīmējumam *mazas pilsētas avīze* (*Reader*, 2012, 3). Šobrīd kopienas žurnālistikas jēdziena nozīme ir kļuvusi plašāka, jo ir mainījušās kopienas robežas un izpausmes.

Būtiska loma vietējo mediju kontekstā ir kopienai, kura konkrēto mediju patērē. Tā var būt gan ģeogrāfiski, gan citu faktoru noteikta. Tiek izdalītas vairākas pazīmes, kas norāda uz mediju korelāciju ar kopienu. Pirmkārt, mediji identificē problēmu un informē par to lokālo sabiedrību, otrkārt, ļauj apzināties, ka kopiena var paust savu viedokli, treškārt, palīdz noteikt iespējamās sadarbības grupas jeb biedrus, lai uzsāktu kāda jautājuma risināšanu, kā arī atgādina, ka, patērējot vietējos medijus, tiek domāts par lokālajiem notikumiem un kopienas dzīvi (*Stamm, Emig, Hesse,* 1997; *Hoffman, Eveland,* 2010). Tādēļ būtiska kopienas mediju pazīme ir to tuvums un pieejamība vietējiem iedzīvotājiem.

Viens no Latvijas reģioniem, kuru raksturo mediju attīstības daudzveidība, ir Latgale; tādēļ šī reģiona izdevumi ir izvēlēti par pētījuma objektu. Kopienas žurnālistikas tendences, kas organizē laikrakstu darbību Latgales reģionā, raksturo pastāvošā preses sistēma, pirmkārt, tā sadalīta starp reģionālajiem un vietējiem laikrakstiem, otrkārt, to veido bilingvāli izdevumi – latviešu un krievu valodās.

Kopumā Latgales reģionā 2012. gadā iznāk 15 preses izdevumi, to skaitā 12 vietējās avīzes un 3 žurnāli latviešu un krievu valodās. Kā lasītākie preses izdevumi pēc vienas numura tirāžas tiek atzīmēti laikraksti krievu valodā – "Миллион" un "Сейчас" (Krūze, 2012). Abi no minētajiem izdevumiem iznāk Daugavpilī.

Vietējo laikrakstu tirgu var raksturot kā samērā stabilu. Notiek esošo izdevumu aktīva darbība, kā arī atsevišķi mēģinājumi veidot rietumnieciska tipa laikrakstus vai žurnālus, kas finansiālu vai citu iemeslu pēc savu darbību ātri vien pārtrauc (piemēram, laikraksts "Lietišķā Latgale", žurnāls "Latgale").

Pēc vietējo laikrakstu izplatības un funkcionalitātes Latgales reģionā iespējams izdalīt trīs kopienas laikrakstu darbības līmeņus. Pirmkārt, laikraksti, kas aptver visu reģionu. To saturs cenšas atspoguļot visa novada aktualitātes, tomēr nereti aprobežojas tikai ar kādu daļu aptvertās teritorijas, un informācija nav pilnīga. Šādu izdevumu nav tik daudz, iespējams to nosaka cilvēkresursu vai finanšu līdzekļu trūkums. Kā secina komunikācijas procesu pētnieki, tad *vietējie mediji Latvijā jau no pašiem pirmsākumiem ir saistīti ar cilvēku dzīves telpu – pilsētu vai pagastu. Visi mēģinājumi pēdējās desmitgadēs izveidot reģionālos medijus, kas aptvertu novadu vai arī teritorijas, kurām ir kopīgas ekonomiskās intereses, ir bijuši neveiksmīgi* (Zobena, red., 2005, 72).

Otrkārt, vietējie laikraksti, kas tiek izplatīti atsevišķos novados un pilsētās, nevis pa visu reģionu, tādēļ to saturs pamatā atspoguļo šo teritoriju aktualitātes. Trešo laikrakstu izplatības līmeni veido pagastu vai ciematu avīzes, kuras patērē vietējie iedzīvotāji, jo tie pieejami vietējā pašvaldībā drukātā veidā, piemēram, pagastu pārvaldē, bibliotēkā, veikalā vai lasāmi elektroniskā veidā.

Šobrīd Latgalē par reģionālo avīzi tiek uzskatīta "Vietējā Latgales Avīze". Kā visu reģiona notikumu atspoguļotāju sevi pieteic arī "Latgales Laiks", tomēr avīzes saturs demonstrē citādu ainu. Pārējās avīzes orientējās uz vietējo pilsētu centru un tuvāko apkārtējo novadu aktualitāšu atspoguļojumu.

Tādējādi iespējams izdalīt noteiktas ģeogrāfiskas telpas kategorijas, kurās tiek izplatīti preses izdevumi. Aplūkojot esošo laikrakstu darbību, var secināt, ka tie ir izdevumi, kas dibināti jau padomju gados, tādēļ tos raksturo ilgas darbības tradīcijas. Laikrakstiem ir sava noteikta ietekme konkrētā teritorijā, ko

tie aptver. Piemēram, "Vaduguns", kā to vēsta informatīvais sauklis, ir lielākais Ziemeļlatgales laikraksts, "Latgale Laiks" pamatā atspoguļo notikumus Dienvidlatgalē u.c., tādēļ tie neveido savstarpēju sacensību. Citādāk ir reģiona pilsētās, kur darbojas vairāki laikraksti. Nozīmīgākā vietējo laikrakstu konkurence vērojama Latgales lielākajā pilsētā – Daugavpilī (Brikše, Skudra, Tjarve, 2002, 73), arī Rēzekni ir jāmin kā vienu no šādām pilsētām, jo tiek izdoti vairāki izdevumi un notiek ietekmes sfēru dalīšana galvenokārt starp izdevumiem latviešu un krievu valodās.

Vietējo laikrakstu darbībā nozīmīga loma ir kopienai, kura konkrēto preses izdevumu patērē, tādēļ jānoskaidro kopienas jēdziens un tā izpausmes, lai konstatētu, kāda ir vietējo laikrakstu loma reģiona kopienā.

1. Piederība kopienai

Viens no sarežģītākajiem mūsdienu sociālās problemātikas konfliktiem rodas sevis pašnoteikšanas procesā, t.i., definējot, kas es esmu un kā mani redz apkārtējā pasaule. Tiek runāts par identitāti, rasi, dzimti u.c., bet visus minētos jēdzienus saista piederības meklējumi. Šo sevis apzināšanos iespējams izteikt arī ar kopienas koncepta starpniecību.

Komunikācijas procesu pētniece Lindseja Votanis kopienas jēdzienu raksturo kā nenoteiktu un komplicētu (*Wotanis*, 2011, 340). Iespējams, tā izmantošana publiskajā telpā identitātes aspektā kopienas robežas padara tik neskaidras.

Kopienu veidošanos nosaka kopīgu pamatvērtību esamība – tās var būt profesionālās, intelektuālās, reliģiskās, etniskās u. c. Viens no šādiem kopību veidojošiem faktoriem ir arī kopīga piederība vietai (Morse, 2004, 2). Tādējādi iespējams izdalīt divas kopienas veidošanās izpratnes – filozofiskā un ģeogrāfiskā. Ģeogrāfiski kopiena skatāma kā teritoriāli ierobežota ar pietiekami daudz cilvēkiem, kuri spēj uzturēt noteiktu vietas un vienotības izjūtu. Savukārt emocionālā pieķeršanās vietai pauž kopienas filozofisko izpratnes aspektu. Vēsturniece Vita Zelče norāda, ka *cilvēki socializējas un mijiedarbojas ik dienas savā lokālajā vidē – ciemā, pagastā, mazpilsētā, pilsētā. Tur arī rada sociālo tīklu ar apkaimē esošajiem ļaudīm. Cilvēki tiecas piederēt savai kopienai, jo tā veido piederības izjūtu, arī kopienas, kultūras identitāti. Caur savu kopienu viņi var tuvoties/iekļauties lielākās un nozīmīgākās kopienās* (Zelče, 2006, 146).

Kad tiek domāts par jēdzienu vieta, tad visbiežāk prātā nāk kāda administratīvo vai politisko robežu noteikta teritorija. Tas ir izskaidrojams, ņemot vērā, ka cilvēku ikdiena un citas aktivitātes notiek kādu robežu ietvarā. Tomēr nereti mūsdienās ģeopolitiskās robežas vairs netiek uzskatītas par kopienu definējošu pazīmi (*Judikis, Wood*, 2002, 8). Teritoriālās robežas nodala, bet telpiskajām nav tik stingru robežu, tādēļ piederība noteiktai vietai var tikt realizēta, neatrodoties konkrētajā vietā.

Šajā pētījumā termins kopiena tiek aplūkots kā cilvēku kopums, kas atrodas kopīgā fiziskajā telpā un izjūt piederību noteiktai vietai, piemēram, reģionam, pilsētai, laukiem u. c.

Aplūkojot, kā cilvēki definē savu vietu, iespējams rast pamatojumu kopienas, kuru vieno noteikta vieta, esamībai. Tā var tikt noteikta pēc dabas īpatnībām vai pēc kādas specifiskas pazīmes, piemēram, administratīvās robežas (pilsēta, ciemats), kādas īpašas vides pazīmes utt., tādējādi vietas kopienas

robežas var būt ne tikai pārvaldīšanas, bet arī dabisku, sociālu vai ekonomisku apstākļu noteiktas. Katrā vietā tiek realizēta arī noteikta sociālā mijiedarbība.

Šādas mijiedarbības daudzveidību iespējams izskaidrot, ņemot vērā vācu sociologa Ferdinanda Tennīsa (Ferdinand Tönnies) kopienas jēdziena skaidrojumu. Tas rodams jau 19.gs. atziņās par kopienas un sabiedrības funkciju atšķirīgo dabu darbā "Kopiena un sabiedrība" (*Gemeinschaft and Gesellschaft, 1887*). Sociologs apgalvo, ka pastāv fundamentāla atšķirība starp kopienu un sabiedrību tieši cilvēku uzvedībā un tajā, ko tie sagaida viens no otra. Kopiena rodas dabiski, kas ir pretēja izpausme sabiedrībai. Ja cilvēkus vieno kopīgas vēlmes, un tās tiek realizētas abpusēji, šādu mijiedarbību iespējams saukt par kopienu (*Tönnies*, 2001, 17). Pēc autora domām, šādu modeli iespējams attiecināt uz lauku vai mazpilsētu iedzīvotāju attiecībām. Mazākās kopienās tās dalībnieki jūt daudz dabiskāku kopienas reprezentāciju, tās ir jēgpilnas attiecības, kur dalībnieki mijiedarbojas ar kopienas locekļiem, daloties neatkarīgi no tā, kas apvieno tos kopā. Tas norāda, ka kopienas attiecībās pastāv cieša sociālā saikne.

Nereti kopiena ietver cilvēkus, kas atrodas ārpus tās vietas, tad par būtisku kļūst vietas piederības apziņa, piemēram, apgūstot informāciju par lokālo vietu. Piederība kopienai vai piederība vietai tiek atklāta un uzturēta ar kultūras vērtībām. Cilvēks izjūt piederību, neatrodoties vienā ģeogrāfiskā telpā, tādējādi kopienu veidojošie faktori svarīgāki par telpu.

Tādēļ, lai izprastu kopienas esamību, jāņem vērā gan dažādi personības aspekti, gan vietas apstākļi. Kopiena apvieno cilvēku kopumu, kurus saista kopīga pašidentifikācija, tiem ir kopīga vēstures pieredze un vērtības. Kopiena izteic un identificē sevi caur simboliskām praksēm – valoda, apģērbs, rituāls (*Howley*, 2005, 6), arī tās lokālajām aktivitātēm. Viena no tādām ir arī vietējie mediji. Apzinoties simboliskās prakses, indivīdi definē sevi kā noteiktas kopienas locekļi, un šie dažādie kopības sajūtu veicinošie aspekti arī piedalās kopienas identifikācijas veidošanā.

Vietas un kopienas izjūta savukārt veido lokālo identitātes apziņu, nosakot lokālās vērtības. Nozīmīgs vietējās kopienas sociālās saiknes veidotājs ir vietējie masu mediji, kas spēj informēt, atgādināt, izcelt vietējos cilvēkus, tradīcijas, kultūras izpausmes u. c. Tādēļ šajā pētījumā analizēts, kādu vīziju sniedz vietējā komunikācija un kāda ir kopienas mediju loma kopienas ikdienas dzīves veidošanā.

2. Vietējā komunikācija kā kopienas analīzes līdzeklis

Ļoti nozīmīga kopienas sociālās saiknes uzturētāja ir tās informācijas vide. Informācijas plūsma starp kopienas locekļiem var tikt nodrošināta gan dažādās publiskās vietās, apmainoties ar informāciju, piemēram, uz ielas, kafejnīcā u. c., gan ar dažādu tehnisko līdzekļu starpniecību. Vieni no šādiem populāriem līdzekļiem ir laikraksti, televīzija, radio u.c., kas veido kopienas žurnālistikas praksi.

Kopienas žurnālistika darbojas noteiktā ģeogrāfiskajā kopienā, ko reprezentē iknedēļas laikraksti, radio un televīzijas stacijas vai lokālie žurnāli mazpilsētās vai ciematos (*Wotanis*, 2011, 11).

Mediju pētnieks Kevins Hovlijs apgalvo, ka kopienas medijus raksturo lokāli orientēts saturs un forma, kas atšķirīgs no nacionālajiem medijiem, brīvas izteiksmes principi un demokrātiska līdzdalība, kā arī stingra apņēmība uzlabot kopienas locekļu attiecības un veicināt tās solidaritāti (*Howley*, 2005, 2). Lokālo mediju loma ir daudzveidīga, jo, aktīvi piedaloties kopienas dzīvē, tie kļūst par daļu no

kopienas. Starp kopienas locekļiem mediji veido saikni, kas komunikatīvajā telpā reprezentē piederību kopienai. Mediji piedalās arī pilsoniskās, sociālās, kultūras u.c. apziņas veidošanā.

Tādēļ kopienas žurnālistikas izpausmes, piemēram, noteikta darbības vieta, saturs, forma, funkcijas, ir nozīmīgi aspekti, pēc kuriem iespējams analizēt kopienu.

Šajā rakstā aplūkota kopienas žurnālistikas darbība Latgales reģionā, kur izplatītākais kopienas mediju veids ir laikraksti. Ņemot vērā minētos kopienu veidojošos aspektus, reģions tiek skatīts kā kopiena ar tajā esošām mazākām kopienām, jo arī reģiona vidē iespējams noteikt kopienas iezīmes, piemēram, kopīga teritoriāla apziņa, kultūras tradīcijas, vēsture, valoda u. c. Uzlūkojot reģionu attiecībā pret centru un perifēriju, tad reģions tiek uztverts kā nomale, kas atrodas attālāk no kāda ģeogrāfiskā centra.

Pastāv virkne pētījumu, kas ataino kopienas un tās mediju lomu cilvēku sociālās mijiedarbības aktīvā veidošanā. Kā nozīmīgākās jāmin publikācijas par laikrakstu lasīšanu cikliskajām attiecībām, kas ir saistīta ar kopienas izjūtu un kopienas iesaistīšanos (*Janowitz,* 1952*; Stamm,* 1985*; Stamm, Emig & Hesse,* 1997*; Yamamoto,* 2011).

Vietējo mediju pētniece L.Votanis (2011), pētot kopienu un tās iknedēļas laikrakstus Merilendā (ASV), aplūko kopienas žurnālistiku kā rituālu. Autore apgalvo, ka nozīmīgi ir radīt tādu kopienas žurnālistiku, kas nodrošina gan "sargsuņa" funkciju, gan arī rituāla funkciju, jo tā kopiena tiek radīta un uzturēta.

Šo komunikācijas rituāla funkciju reprezentē komunikācijas procesu pētnieks Džeims Kerijs (*James Carey,* 1989), apgalvojot, ka komunikācija ir simbolisks process, kas tiek radīts, uzturēts, uzlabots un pārveidots. Autors uzsver, ka komunikācija kā rituāls ir vērsts nevis uz ziņu izplatību telpā, bet sabiedrības uzturēšanu laikā; nevis informācijas sniegšanu vai ietekmi, bet gan radīšanu, reprezentāciju un pat iluzoru kopīgu ticējumu dalīšanu.

Ja komunikācijas informācijas pieeja orientējas uz informācijas izplatīšanu kontroles vajadzībām, tad rituāla pieeja komunikāciju uztver kā sakrālu ceremoniju, kas saista cilvēkus vienotā kopībā (*Carey,* 2009, 15). Šīs teorijas pamati meklējami senajā mītā par nozīmju pilnas kultūras pasaules uzturēšanu un veidošanu, kas kalpo kā cilvēku darbības virzītājs. Rituāla definīcijā komunikācija ir saistīta ar tādiem terminiem kā dalīšanās, līdzdalība, asociācija, sadraudzība, kopīgas ticības piederība, arī kopiena un komunikācija.

Tādējādi vietējās preses lasīšanu autors redz nevis kā informācijas nodošanu un saņemšanu, kurā netiek iemācīts nekas jauns, bet gan kā veidu, kur tiek atainots un apstiprināts noteikts pasaules skatījums. Ziņu lasīšana un rakstīšana ir rituāls un dramatisks akts, kas nav tikai informācijas pasniegšana, bet gan pasaulē esošās sistēmas un kārtības atveide. Šāda pieeja ziņu patērēšanā piedāvā nevis attēlu, bet gan ietvaru (*Carey,* 2009, 65).

Rituāla pieeja neizslēdz informācijas nodošanas un attieksmes maiņas procesu, bet tikai norāda, ka šos procesus iespējams labāk uztvert, izmantojot tik nozīmīgo komunikācijas un sociālās kārtības rituāla pieeju (*Carey*, 2009, 17). Izmantojot šo teorētisko pamatojumu, tiek noskaidrota mediju loma kopienas komunikācijā.

3. Pētījuma datu bāze

Pieprasījums pēc vietējiem laikrakstiem parāda lasītāju attieksmi pret vietējiem laikrakstiem. Preses darbībā būtiska loma ir žurnālistiem, tādēļ, lai noteiktu, kāda ir vietējās preses loma kopienā un kā presi uztver tās darbinieki, tika lūgts viņu viedoklis.

2012.gada novembrī un 2013.gada janvārī tika veikta Latgales reģiona vietējos laikrakstos strādājošo žurnālistu un redaktoru anonīma aptauja. Anketas tika izplatītas gan drukātā veidā, gan elektroniski visām Latgales reģiona laikrakstu redakcijām. Anketas aizpildīja 22 redakciju pārstāvji. No tām 8 anketas tika aizpildītas krievu valodā, 11 – latviešu valodā. Lielākā daļa respondentu konkrētajā izdevumā strādā no 10 līdz 19 gadiem – 42%, 33% respondentu laikrakstā strādā trīs un mazāk gadus.

Anketu veidoja 20 jautājumi, kas sadalīti vairākos tematiskos blokos: laikrakstu nozīme un funkcijas reģiona kultūrvidē, auditorijas esamība un valodas aspekti Latgales reģiona informatīvajā telpā.

Jautājumi tika formulēti divējādi, lai lasītājs varētu a) izvēlēties vienu no paplašinātām atbildēm, b) izvēlēties atbildi skalā no *noteikti piekrītu* līdz *pilnībā nepiekrītu*. Atsevišķiem jautājumiem šāda atbilžu forma tika izraudzīta, lai mainītu jautājumu uztveri, kā arī liktu novērtēt laikrakstu lomu. Respondentiem bija iespēja ierakstīt arī savu atbildi.

4. Kādēļ kopienas laikraksti reģionā ir tik populāri?

Kas raksturo vietējos laikrakstus? Žurnālistu atbildes rāda (skat.1.attēlu), ka par būtiskāko vietējo laikrakstu pazīmi tiek uzskatīta vietējo aktualitāšu atspoguļošana (41%). Kā skaidro žurnālisti, tad tā ir *iespēja saņemt pilnīgu vajadzīgo informāciju no pašvaldības, citām vietējām (aprūpes, reliģiskajām, labdarbības, sociālajām) iestādēm.* Tātad tiek sniegta daudzpusīga informācija par dažādām tēmām, un uzmanības lokā ir vietējie cilvēki. Respondenti apgalvo, ka vietējie laikraksti *atspoguļo vietējos notikumus un cilvēkus – padara tos atpazīstamus, zināmā mērā veido lokālo patriotismu. Neviens nav ar klaju negatīvisma pieskaņu.* Tas nozīmē, ka vietējie preses izdevumi cenšas uzturēt draudzīgas attiecības ar lasītājiem, uzturot par sevi pozitīvu tēlu.

Otra populārākā atbilde par to, kas raksturo laikrakstus, ir sniegtā iespēja izteikties lasītājiem (17%). Nozīmīgs fakts ir to ērtās iegādes iespējas (15%), jo laikrakstus var gan abonēt, gan arī nopirkt. Šobrīd lielākajai daļai Latgales reģionā iznākošo laikrakstu ir arī elektroniskās versijas.

Tādējādi var secināt, ka vietējo laikrakstu raksturotājlielumi ir lokālais saturs, pieejamība, kas ir būtisks faktors lauku iedzīvotājiem, un auditorijas viedokļa uzklausīšana. To pierāda arī atbilžu skaits uz jautājumu par to, kas nosaka vietējo laikrakstu dzīvotspēju un popularitāti (skat. 2.attēlu). Visbiežāk atzīmētā atbilde ir ciešais kontakts ar auditoriju (32%). Otrā populārākā atbilde par laikrakstu popularitāti ir žurnālistu profesionalitāte (25%), kā arī vietējo reklāmdevēju atbalsts (18%). Tas nozīmē, ka žurnālisti augstu vērtē savu profesionālo darbību, neskatoties uz to, ka daudziem vietējiem žurnālistiem nav profesijai atbilstošās izglītības, tā ir papildus nodarbošanās u.tml.

1.attēls

Uzskaitītās pazīmes atšķir vietējos laikrakstus no nacionālajiem, to uzsver arī respondenti – noteikti piekrīt 22%, piekrīt 65%.

2.attēls

Vietējiem laikrakstiem, kas pamatā orientējas uz vietējiem notikumiem, ir nozīmīga loma reģiona sociālekonomiskās vides veidošanā, jo veic dažādas funkcijas. Žurnālisti uzskata, ka, pirmkārt, laikraksti palīdz orientēties reģionā notiekošajos procesos (31%), otrkārt, kontrolē un kritizē vietējo varu (23%), treškārt, sniedz zināšanas un izglīto (20%). Atbildi "uztur optimismu" sabiedrībā izvēlējušies 11%, tas nozīmē, ka vietējo laikrakstu mērķis nav uzturēt optimismu sabiedrībā, bet gan veikt vienu no vietējās preses funkcijām – darboties kā vietējās kopienas "sargsuņiem". Puse no aptaujātajiem (48%) uzskata, ka vietējie laikraksti veic sabiedrības "sargsuņa" lomu vairāk nekā nacionālie laikraksti.

Aptaujas dati rāda, ka vietējās preses darbībā žurnālistu skatījumā kā primārais tiek izcelts lasītājs, izvirzot mērķi palīdzēt, uzklausīt un sniegt informāciju, kas saturiski atbilst lasītāja vēlmēm. Viens no kopienas žurnālistikas pētniekiem, profesors Kenets Baierlijs uzsver, ka tieši auditorijas klātbūtne ir tas, kas atšķir kopienas laikrakstu no nacionālajiem dienas laikrakstiem (citēts no *Reader*, 2012, 5). Taču ciešā lasītāju klātbūtne var radīt divējādu žurnālistu reakciju – rosināt lielāku atbildības sajūtu vai, izmantojot kādu lasītāju kā ziņu avotu, vērst šo informāciju pret kopienu vai atsevišķu tās dalībnieku.

Kas tad ir vietējo laikraksta potenciālā mērķauditorija? Aptaujas dalībnieki atbild, ka potenciālie lasītāji ir gan pilsētas, gan lauku iedzīvotāji. 46% uzskata, ka pilsētnieki, savukārt 43% - lauku iedzīvotāji. Kā savu plašāko auditoriju laikrakstu žurnālisti min lasītājus pensijas gados (50%), arī lasītāji vidējā vecumā tiek uzskatīti par potenciālo mērķauditoriju (44%). Tas nozīmē, ka jaunieši un bērni mazāk tiek iesaistīti kopienas informācijas telpas veidošanā, lai gan ir laikraksti, kuriem reizi mēnesī ir pielikumi jauniešiem (piemēram, laikrakstā "Rēzeknes Vēstis", "Vaduguns" u. c.)

Paredzot iespējamo žurnālistu un kopienas locekļu mijiedarbību, viens no aptaujas jautājumiem, tika veidots tā, lai noskaidrotu, cik nozīmīga ir žurnālistu profesionālā ētika un darbība. Tas ir šāds: *galvenais vietējo laikrakstu mērķis ir uzturēt žurnālistikas godīgumu, pat ja tas prasa vietējo līderu kritizēšanu*. Kā atklājās aptaujā, tad lielākā daļa respondentu uzskata, ka vietējā publiskajā telpā ir pieļaujama nosodoša attieksme pret kopienas locekļiem. Noteikti piekrīt 30%, piekrīt 57%, pilnīgi nepiekrīt 4%. Jāteic, vairākums žurnālistu izvēlas atbildi, kas nepaužtik izteiktu apliecinājumu, tādēļ izvēlas atbildi *piekrīt*. Respondentu reakcija parāda, ka žurnālisti piešķir sev pilnvaras būt par kopienas aizstāvjiem.

Vietējo žurnālistu nozīme mediju darbībā tiek uzsvērta arī teorētiskajā literatūrā, īpaši uzsverot redaktora ieguldījumu kopienas dzīvē. Redaktoru profesionālās normas paredz, ka ar laikrakstu starpniecību tie var aktīvi piedalīties kopienas sakārtošanā un viest pārmaiņas. Žurnālisti tiek aicināti pildīt savu misiju, veicinot publiku piedalīties sociālo pārmaiņu interpretēšanā un izpratnē. Redaktoru kā *vārtziņu* loma paredz informācijas plūsmas kontroli dažādās jomās (uzņēmējdarbībā, izglītībā, valdībā), sniedzot atbildes uz jautājumiem: kas, kāpēc, kur, kad un kā (*Donohue, McLeod, Olien et.al.*, 1990, 127). Pētnieki uzsver, ka redaktori atrodas veiksmīgā pozīcijā attiecībā pret kopienas plānošanu. To tad arī vajadzētu izmantot redaktora darbības praksē, attiecinot gan uz sociālās dzīves modernizāciju, gan kā atbalstu lēmumu pieņemšanas u. c. procesos.

Tas nozīmē, ka redaktoram tiek piešķirtas vietējā līdera un autoritātes funkcijas. Tas ieņem kopienas pārstāvja, kas uzklausa, lomu, kas nereti tiek gaidīta no institūciju pārstāvjiem, bet netiek saņemta.

Vērtējot, kuru autoru publikācijas piesaista lasītājus, redaktora sleja ir trešā populārākā atbilde (skat. 3.attēlu). Vairums respondentu uzskata, ka lasītājus visvairāk piesaista žurnālistu raksti – 48%, lasītāju vēstules 34%. Redaktora sleja izraisa interesi tikai 14%. Var secināt, ka nozīmīgi ir vietējo žurnālistu un kopienas pārstāvju raksti, redaktoram šajā autoru virknē tiek atvēlēta mazsvarīgāka loma, kaut gan kopienas dzīvē informācijas telpas veidošanā tam tiek piedēvēta lielāka ietekme. Atbildes uz šo jautājumu demonstrē kopienas līdzdalības nepieciešamību laikrakstu satura veidošanā, jo, piemēram, ziņu aģentūru materiāli, pēc žurnālistu domām, ieinteresē vismazāk. Tas ir skaidrojams ar faktu, ka ziņu aģentūru materiāli vietējās avīzēs tiek izmantoti nacionāla vai starptautiska līmeņa ziņu atspoguļojumam, bet kopienā svarīgākie ir vietējie notikumi.

3.attēls

Kādi reģiona faktori ietekmē vietējo laikrakstu saturu? Lielākā daļa respondentu (33%) uzskata, ka to ietekmē iedzīvotāju intereses, savukārt 29% uzskata, ka tradīcijas un kultūras vērtības. Iedzīvotāju nacionālajam sastāvam nav tik nozīmīga loma, to izvēlējušies 21% respondentu. Savukārt politiskā pārstāvība ļoti minimāli ietekmē laikrakstu saturu. Tās ietekmi izjūt tikai 8% žurnālistu.

Var secināt, ka laikrakstu popularitāte un nozīme kopienā cieši tiek saistīta ar reģiona izaugsmi un tās veicināšanu, risinot sociālekonomiskās jomas problēmas.

Latgales reģiona īpatnība atšķirībā no citiem reģioniem ir tās multietniskais sastāvs, tādēļ būtiski noskaidrot vietējo laikrakstu lingvistisko ainavu, jo valoda ir viens no faktoriem, kas raksturo kopienu.

Reģionā tiek izdoti vietējie preses izdevumi latviešu un krievu valodās. Tādēļ respondentiem tika uzdots jautājums arī par valodas nozīmi reģiona informatīvās telpas veidošanā. Pēc žurnālistu domām, Latgales reģiona preses izdevumu sistēmā dominējošie ir izdevumi latviešu valodā (36%), 25% uzskata, ka ir vienlīdzīgs izdevumu skaits kā latviešu, tā krievu valodā (25%). Savukārt 18% atzīst, ka

Latgalē trūkst izdevumu latgaliešu valodā. Tas norāda, ka saziņā aktīvi tiek izmantotas visas trīs valodas – latviešu, krievu un latgaliešu, tādēļ no žurnālistu puses tiek izteikta vēlme par presi latgaliešu valodā: *savukārt latgaliešu valodā laikraksts neļautu iznīkt dialektam.*

Lai gan aptaujas dati rāda, ka dominējošie ir izdevumi latviešu valodā, tomēr anketās tiek pausts viedoklis par divu informācijas telpu esamību reģionā. Apgalvojumam piekrīt vairākums respondentu (61%), 17% ir izvēlējušies apņēmīgāku atbildi – noteikti piekrītu, nepiekrīt tikai 22%. Tādējādi arī provokatīvais jautājums, vai šo informācijas telpu saturs atšķiras, demonstrē līdzīgu ainu. Apgalvojumam noteikti piekrīt 21%, 58% respondentu piekrīt. Redakciju darbinieki atklāj, ka šāda divu informācijas telpu esamība veido arī atšķirīgas žurnālistikas tradīcijas.

Tomēr Latgalē ir daudz tulkoto izdevumu, kas iznāk divās valodās ar vienādu tekstu, tas atklāj laikrakstu pozīciju, tādēļ pamatā lingvistisko ainavu veido izdevumi latviešu un krievu valodā. Kā skaidro respondents, tad *man šķiet, ka Latgales multikulturālajā situācijā tas ir pats par sevi saprotams.*

Secinājumi

Aptaujas dalībnieki pārstāv žurnālistu un redaktoru loku, kas, iespējams, laikrakstu lomu redz citādāk nekā lasītājs. Apkopojot respondentu viedokļus par vietējo laikrakstu nozīmi reģionā, var secināt, ka tie ir būtiski kopienas ikdienas dzīves organizētāji.

Vietējie laikraksti informē par notiekošo tuvākajā apkārtē, gan uzņemas vietējās kopienas "sargsuņa" lomu, kontrolējot dažādu lēmumu pieņemšanu, īpaši vietējās pašvaldības īstenoto. Kopienas preses izdevumi ir tie, kas nodrošina kopienai informācijas iegūšanu no vietējām institūcijām, veicinot komunikāciju starp tām.

Kopienas laikrakstus raksturo daudzpusīga informācijas iegūšanas un nodrošināšanas prakse. Iespējams tādēļ vietējos laikrakstos vērojamas plašākas izteiksmes iespējas, demokrātiska attieksme, iesaistot lasītājus, kas atšķir tos no nacionālajiem laikrakstiem. Var secināt, ka vietējais laikraksts tiek uztverts kā *savējais*, kas ir cieši iesaistīts vietējos notikumos un nereti tiek uzskatīts par daļu no kopienas. Tas tiek identificēts un asociēts ar kopienu.

Vietējā vide un ierobežotā teritorija ļauj izvirzīt kopīgas vērtības, tādējādi arī veidot kopienas un reģiona jeb noteiktas vietas identitāti, īpaši lauku iedzīvotājiem, jo tos laikrakstu pārstāvji norāda kā savu potenciālo auditoriju. Šādu kopīgu ideju un solidaritātes esamība raksturo kopienas laikrakstu darbības principus reģionā.

Viens no kopienas žurnālistikas izaicinājumiem ir atbildība lasītāju priekšā, jo vietējos laikrakstus raksturo auditorijas klātbūtne. Veidojot publikāciju, tas tiek ņemts vērā, jo nereti kopienas iekšējā vide ir savstarpēji saistīta, kas var nelabvēlīgi ietekmēt laikraksta reputāciju. Tomēr, kā rāda aptaujas rezultāti, žurnālisti ir gatavi kļūt neobjektīvi, ja tas nepieciešams kopienai.

Laikraksts kā forums, kur tiek apspriesti kopienai būtiski jautājumi un uzturētas diskusijas, ir nozīmīgs gan kopienai, gan ārpus tās, jo darbojas vietējo iedzīvotāju labā, tā cenšoties veidot atbildīgu vietējo eliti.

Sociālā vide un savstarpējo attiecību raksturs atklāj kopienas žurnālistikas tendences valodas izvēlē. Žurnālisti uzskata, ka reģionā pastāv divas žurnālistikas tradīcijas, ko veido izdevumi latviešu un krievu valodās, tomēr tas tiek uztverts kā pašsaprotams, jo multietniskums ir Latgales reģiona kopienu raksturojoša pazīme.

Saikne ar kopienu tiek stiprināta, uzturot kopīgu vietējo diskursu. Tas, pēc komunikācijas kā rituāla izpratnes, ir kopienas pamats. Vietējā informācija, kas veido komunikāciju, ir tā, kas saista kopienu, atbalstot kopīgas zināšanas, vērtības un kultūras pieredzi. Arī pati avīzes lasīšana var tikt uzskatīta par rituālu, ņemot vērā, ka liela daļa avīzes lasītāju ir pensijas vecumā, kā arī lauku iedzīvotāji, kuriem ir citāds dzīves ritms.

Kopienas laikrakstu komunikācijas rituāla funkcija nepieciešama, lai noteiktu vietējās kopienas identitāti, ko realizē stabila vietējo mediju darbība. Veidojot sociālo mijiedarbību, tiek veidota kopīga saikne, reprezentētas kopienas idejas un radīta sakārtota vide, kas ir ideālais kopienas modelis. Tādējādi var secināt, ka, analizējot kopienas mediju darbību, iespējams noteikt arī kopienas struktūru, tās izpausmes un vēlmes.

Izmantotās literatūras saraksts

Brikše, I., Skudra, O., Tjarve, R.(2002). Development of the Media in Latvia in the 1990s . In: Vihalemm, P. (ed.). *Baltic Media in Transition*. Tartu: Tartu University Press, pp. 65.–102

Carey, J. W. (2009). *Communication* as *Culture*: *Essays* on Media and Society. New York: Routledge.

Donohue, G.A., McLeod, D.M., Olien, N. et. all (1990). Community Structure and Editor Opinions about Planning. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 67, pp. 119–127.

Hoffman, L., Eveland, W. (2010). Assessing Causality in the Relationship Between Community Attachment and Local News Media Use. *Mass Communication and Society*, *13*(2), pp. 174.–195.

Howley, K. (2005). *Community Media: People, Places, and Communication Technologies*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Janowitz, M. (1952). *The community press in an urban setting.* Glencoe, Ill: Free Press.

Judikis, J. C., Wood, G. S., (2002). *Conversations on community theory*. West Lafayette, Ind.: Purdue University Press.

Krūze, E. (2012). *Nedēļas izdevumi ir lasītākais preses veids Latvijā*, tns.lv**,** 18.12.2012., [tiešsaiste]. [Skatīts 04.02.2012]. http://www.tns.lv/newsletters/2012/35/?category=tns35&id=mp_prese.

Ločmele, N. (2006). Žurnālistikas kvalitāte: redaktoru viedokļi un laikrakstu saturs. Grām.: I. Brikše (zin. red.). *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Rīga: Zinātne, 120.–144. lpp.

Morse, S. W. (2004). *Smart communities: how citizens and local leaders can use strategic thinking to build a brighter future*. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass.

Reader, B. (2012).Community Journalism. In Reader, B., Hatcher, J.A.(ed.). *Foundations of Community Journalism*. Los Angeles: SAGE Publications, pp. 3.–21.

Stamm, K., Emig, A. G., Hesse, M. B. (1997). The contribution of local media to community involvement. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74(1), pp. 97.–107.

Tönnies, F.(2001). *Community and Civil Society.* Cambridge: Cambridge University Press.

Wotanis, L. (2011). *Community journalism as ritual: A case study of community and weekly newspapers in Laurel, Maryland.* Dissertation submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Maryland.

Yamamoto, M.(2011). Community Newspaper Use Promotes Social Cohesion. *Newspaper Research Journal*, 32 (1), pp. 19.–33.

Zelče, V. (2006). Lokālā prese – kopienas informācijas vides veidotāja Grām.: I. Brikše (zin. red.). *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Rīga: Zinātne, 144.–167. lpp.

Zobena, A. (red., 2005). *Latvija. Pārskats par tautas attīstību 2004/2005: Rīcībspēja reģionos*. Rīga: ANO Attīstības programma, LU Sociālo un politisko pētījumu institūts. 148 lpp.

ATTIEKSME PRET PLAĢIĀTU AUGSTSKOLĀS PĀRMAIŅU VADĪBAS KONTEKSTĀ

ATTITUDE TOWARDS PLAGIARISM AT UNIVERSITIES IN THE CONTEXT OF MANAGEMENT OF CHANGES

Sintija Sudmale
Liepājas Universitāte, Latvija

The education system of Latvia is currently in the process of undergoing changes. The traditional management approach does not always provide the answer to complex issues the universities are being faced with. The management of plagiarism is one of such issues in the solution of which a lot of resources are being invested, though with negligable results. The present article analyzes the practice of plagiarism management from the perspective of complexity and knowledge flow. A more efficient management of plagiarism could improve the academic integrity and public confidence in the education system. Therefore, the changes in the area of plagiarism management should include support to the diversification of strategies which would increase the potential and sustainability of its impact. This article explains risks related to the linear insight paradigm of plagiarism when the emphasis in the plagiarism management is put on penalties for plagiarism and sanction system rather than focusing on its prevention. The current study examined different attitudes of the undergraduate and doctoral students towards plagiarism in order to understand how the level of education influences attitudes towards plagiarism. The data were collected from two universities in Latvia. The study methods applied were as follows: analysis of scientific sources, document analysis, survey method, but the statistical methods of the data analysis were Pearson's and Spearman's correlation coefficients, as well as Mann Whitney U test. The implications of the findings are discussed.

Keywords: *Attitude, management of changes, plagiarism, universities*

Ievads

Latvijas izglītības sistēma un augstskolas šobrīd atrodas fundamentālu pārmaiņu plānošanas procesā, kas izraisa neziņu par nākotni, trauksmi un diskusijas. Jebkuru pārmaiņu vadība saskaras ne vien ar loģiku un algoritmiem, bet arī ar haosu un sistēmu sarežģītību, ko tikai pēdējās desmitgadēs uz starpdisciplināras pieejas platformas pēta zināšanu plūsmu (*knowledge flow*) (*Nissen*, 2006; *Ibrahim*, 2005) un kompleksitātes teorijas (*complexity theory*) (*Stacey*, 1996; *Rosenhead*, 1998), kas akadēmiskajā vidē Latvijā vēl nav guvušas terminoloģisku apstiprinājumu un plašu pielietojumu. Tomēr tradicionālās vadības pieejas ne vienmēr sniedz atbildes uz sarežģītiem jautājumiem, ar kuriem mūsdienās sastopas augstskolas. Plaģiāts un tā pārvaldība ir viens no šiem jautājumiem. Tādēļ šajā rakstā plaģiāta vadības prakse un nākotnes perspektīvas Latvijas augstskolās tiek analizētas no kompleksitātes un zināšanu plūsmu teorētiskā skatu punkta.

Plaģiāta pārvaldība augstākās izglītības sistēmā pārstāv daļu no izglītības kvalitātes politikas un risku vadības prakses, atspoguļojot arī sabiedrībā kopumā valdošos priekšstatus par godīgumu un attieksmi pret to. Plaģiāta pārvaldības jautājumi ir cieši saistīti ar izglītības sistēmas reformām. Efektīva plaģiāta pārvaldība var veicināt akadēmisko godīgumu un vairot sabiedrības uzticību izglītības sistēmai

kopumā, tādēļ pārmaiņām plaģiāta vadības jomā būtu jāatbalsta stratēģiju dažādošana, kas palielinātu to ietekmes potenciālu un ilgtspēju.

Pētījuma mērķis

Izpētīt un analizēt attieksmi pret plaģiātu Latvijas augstskolās no plaģiāta vadības aspekta.

Terminoloģiskais konteksts

Pastāv daudzskaitlīgas plaģiāta definīcijas, kas laika gaitā piedzīvojušas izmaiņas, variējot no plaģiāta kā ētiska rakstura kļūdas līdz ļaunprātīgas krāpšanās izpratnei (*Bennet, Behrendt, Boothby,* 2011). Latvijā plaģiāta izpēte atrodas sākuma fāzē, tādēļ plaģiāta jēdziena akadēmiskais lietojums tiek diskutēts. Kaut arī literatūrā sastopams gan apzīmējumus "plaģiātisms", gan "plaģiāts", rakstā izmantots Akadēmiskā godīguma koncepcijā sniegtais termins "plaģiāts" un tā interpretācija, ka plaģiāts ir cita autora publicētu vai nepublicētu vārdu, izteikumu, argumentu un ideju izmantošana tiešā vai pārfrāzētā veidā, nenorādot precīzu atsauci uz attiecīgo autoru un/vai darbu (AGC, 2007).

Šajā rakstā jēdziens "attieksme" tiek pamatots attieksmju konstrukta vēsturiskajā skaidrojumā, kas saistās ar sociālo priekšstatu jēdzienu, uzsverot, ka attieksme veidojas uz informācijas par attiecīgo priekšmetu, procesu, parādību un subjektīvi piešķirtās vērtības pamata (*Moscovici,* 1981; *Tafani, Souchet*, 2002). No attieksmes kā personības pozīcijas tiek atvasinātas uzvedības normas, tādēļ attieksme ir indivīdu darbības priekšnosacījums (*Джуэлл*, 2001).

Saistībā ar attieksmi pret plaģiātu augstskolās pārmaiņu vadības kontekstā rakstā apspriestā kompleksitātes teorētiskā pieeja Latvijā nav guvusi terminoloģisku apstiprinājumu. Izdalot nozīmīgākos kompleksitātes raksturojumus pētījumos, tā tiek saprasta kā iespēja papildus vienkāršai sistēmas uzvedībai izprast arī sarežģītu, strukturētu un kontrolējamu uzvedību, gan haosu kā īpašu uzvedības veidu, kas nav prognozējams ar agrāk lietotām zinātnes metodēm (*Rosenhead,* 1998). Kompleksitātes teorijas atziņu pielietojums izglītības pārmaiņu vadības teorētiskajā izpratnē saistās ar pārmaiņu procesam nepieciešamo resursu formulējumu un to mijiedarbību nozīmes apzināšanu (*Fullan, Cuttress, Kilcher*, 2005).

Līdzīgi arī zināšanu plūsmu pieeja pētniecībā Latvijā aktualizējusies relatīvi nesen. Šajā rakstā izmantota zināšanu plūsmu kā divdimensionālas zināšanu apmaiņas izpratne, kuru determinē zināšanu tips un līmenis (*Nissen*, 2006).

Pētījuma teorētiskais ietvars

Mūsdienās, aizvien pieaugot starpdisciplināras pieejas nozīmīgumam, vadības teorijas ir kļuvušas par instrumentu, bez kura nav iedomājama efektīva pārmaiņu vadība izglītībā (Kalvāns, 2009). Līdzšinējie pārmaiņu vadības pieeju ierobežojumi galvenokārt saistās ar to, ka netiek ņemta vērā informācijas sarežģītība, neskaidrība un daudznozīmīgums, bet sistēmas vai tās komponentu stabilitātes nodrošinājums tiek izmantots kā līdzeklis pret trauksmi, ko rada situācijas objektīvā nenoteiktība un neziņa par nākotni (*Stacey*, 1996; *Rosenhead*, 1998). Tas redzams dažādās krīzes situācijās, kad neziņa par nākotni tiek pārvarēta ar lineāru sekošanu mērķim, kaut arī pat pavirša analīze parādītu, ka negaidīti papildu faktori, ietekmes un mijiedarbības, kas neizbēgami rodas laika gaitā, var ne vien pilnībā

devalvēt izvirzīto mērķi, bet virzīšanos uz to pat padarīt par sistēmas stagnēšanas vai sabrukuma iemeslu.

Kompleksitātes teorija vadības zinātnē skaidri atzīst, ka nākotne sarežģītām sistēmām ir principā neizzināma, kas mazina ticamību ilgtermiņa plānošanai kā vienīgajam attīstības ceļam. Jaunajās vadības pieejās ir izveidots jēdziens "mācīšanās dubultā cilpa", kas nozīmē, ka vadītāji ne tikai pielāgo savu darbību, reaģējot uz atgriezenisko saiti, ko saņēmuši par veiksmīgu iepriekšēju darbību izvirzīta mērķa sasniegšanā, bet, ņemot vērā pašreizējos notikumus, iespējas un pieņēmumus jeb mentālu modeli, mērķi tiek definēti no jauna un transformējas atbilstoši situācijai (*Rosenhead*, 1998). Tādējādi var secināt, ka izglītības sistēmas vadības atslēgas vārds jaunajā paradigmā ir mācīšanās. Mācīšanās ir nevis refleksīva, bet pārveidojoša, un pati ir pārmaiņu pamats.

Šāda veida mācīšanās izpratne nav iespējama organizācijās, kuras tiecas uz vienotas kultūras saglabāšanu. Meklējot stabilas līdzsvara attiecības ar vidi, organizācija pakļauj sevi neveiksmēm. Kompleksitātes paradigma skrupuloza plāna vietā organizācijā piedāvā attīstīt radošumu, kurā nestabilitāte un traucēkļi tiek izmantoti kā attīstības partneri. Pie tam nepieciešams diferencēt situācijas, kurā efektīva ir parastā, racionālā, uz mērķi orientētā, ideoloģiski vienprātīgā vadība un ārkārtas vadība, kas spēj palīdzēt organizācijai veiksmīgi pārveidot sevi un būt produktīvai modernās pasaules haosā. Tāda veida pārmaiņām ir jāaktivizē radošums un netveramās zināšanas, kas organizācijās pastāv paralēli skaidrajām, vārdos un konkrētos dokumentos, instrukcijās un procedūrās precīzi formulētajām zināšanām, un bieži tieši netveramās zināšanas, kuras tradicionālajās pieejās netiek vadītas, ir attīstības galvenais garants (*Stacey*, 1996; *Rosenhead*, 1998; *Nissen*, 2006; *Ibrahim*, 2005). Zināšanu pārvaldība līdztekus mācīšanās jēdzienam kļūst par otru atslēgas vārdu mūsdienu izglītības sistēmu pārmaiņu vadībai.

Plaģiāta pārvaldībā līdztekus lineārajai izpratnei par pārkāpumu un tam sekojošu sodu, jāattīsta dziļāka un daudzpusīgāka plaģiāta izpratne, jo plaģiāta iemesli var būt daudzveidīgi. Kā liecina virkne pētījumu, nav viena iemesla, kas izraisa plaģiātu. Individuālā līmenī tie var būt diametrāli pretēji ierosinājumi – kā zināšanu, rakstīšanas un citēšanas prasmju trūkums, tā arī radošas personības izpausmes, kas ne vienmēr korelē ar sociālām normām (*Scanlon*, 2003; *Dino, Ariely*, 2012). Plaģiāta iemesli tāpat var būt saistīti ar vidi – konkurenci un augstām prasībām augstskolās, pieaugošām tehnoloģiskām iespējām un akadēmiskā negodīguma kultūru, ko ietekmē sabiedrībā valdošā attieksme (*Selwyn*, 2008; *Russikof, Fucaloro, Salkauskiene*, 2003).

Līdzīgi kā kompleksitātes teorijā arī zināšanu plūsmu pieeja uzsver mācīšanās nozīmi. Mācīšanās atspoguļo zināšanu kustību un palielina to pielietojamību, tādēļ zināšanu vadībai jākoncentrējas uz cilvēkresursu vadību, jo cilvēki ir datu, informācijas un zināšanu plūsmu kritiskais lielums. Saskaņā ar M. Nisenu un R. Levitu pārmaiņu vadība var iegūt, pētot netveramās zināšanas (*tacit knowledge*), jo tās sekmē globāla zināšanu plūsmu mērķa sasniegšanu – individuālu, netveramu zināšanu pārveidi skaidrās starporganizāciju zināšanās (*explicit knowledge*) (*Nissen, Levitt*, 2002).

Sintezējot kompleksitātes un zināšanu plūsmu pieejas plaģiāta pārvaldībā, zināšanu plūsmas par plaģiāta pārvaldību jāplāno un jāvada līdzīgi pārējiem procesiem augstskolās, saprotot, kādas zināšanas svarīgas studentiem un augstskolai. Plaģiāta pārvaldībā tas nozīmētu apzināt plaģiāta cēloņus un alternatīvas plaģiāta mazināšanai, paralēli sodu un sankciju sistēmai attīstot studentu ētiskas rakstīšanas prasmes integrētos vai speciālos kursos ar mērķi veidot izpratni par akadēmiskās ētikas prasību un

personiskās attieksmes sasaisti. Pārmaiņas vides izvirzītās prasībās un attieksmē maina zināšanu plūsmas un otrādi (*Nissen, Levitt*, 2002). Tādēļ pārmaiņas plaģiāta politikā var ietekmēt akadēmisko attieksmi un plaģiāta pārvaldības praksi augstskolās, savukārt attieksmes izmaiņas augstskolās – aktivizēt politisko pārmaiņu procesus plaģiāta ierobežošanai (*Pickard*, 2006).

Plaģiāta pārvaldības prakse augstskolās

Latvijā un citās rietumu augstskolās tradicionālā plaģiāta pārvaldība pamatojas juridiskā plaģiāta izpratnē, ko determinē plaģiāta kā nozieguma interpretācija un ar likumu noteiktais sods par to. Atkarībā no plaģiāta traktējuma nacionālajos tiesību dokumentos augstskolas veido savu plaģiāta pārvaldības politiku un izstrādā normatīvos dokumentus, kuros izmantotie risinājumi norāda uz kopējiem pamatpieņēmumiem un darbības paterniem attiecībā uz plaģiāta vadību. Salīdzinot V. Sazerlandas–Smitas veikto metapētījumu par 20 Eiropas, ASV un Austrālijas top augstskolu plaģiāta pārvaldības politiku un datus par 15 Latvijas augstskolu plaģiāta pārvaldības politiku, lielākajā daļā augstskolu plaģiāts tiek traktēts kā pārkāpums pret institucionālām normām, kam piemērojams sods, un tas tiek uztverts no akadēmiskās ētikas perspektīvas (*Sutherland–Smith*, 2011; Sudmale, 2012). Pētījumos izmantota identiska datu ieguves metode – apkopoti un analizēti augstskolu mājas lapās pieejamie plaģiāta pārvaldības dokumenti. Iegūtie rezultāti liecina, ka nepastāv būtiskas atšķirības starp formulējumiem, kas izmantoti augstskolu plaģiāta pārvaldības politikas dokumentos ASV, Austrālijā un Eiropā, tai skaitā Latvijā.

Sazerlanda–Smita norāda uz biežāk sastopamo plaģiāta izpratni "cita īpašuma (teksta, ideju, mākslas darbu u.c.) piesavināšanos", savukārt Latvijas augstskolu iekšējos normatīvajos dokumentos plaģiāta darbības tiek traktētas kā "cita domu, izgudrojumu vai atklājumu izmantošana savā darbā bez autora atļaujas un atsauces" un plaģiāta definīcijas pamatā balstās uz Akadēmiskā godīguma koncepcijā sniegto plaģiāta interpretāciju kā "cita autora publicētu vai nepublicētu vārdu, izteikumu, argumentu un ideju izmantošanu tiešā vai pārfrāzētā veidā, nenorādot precīzu atsauci uz attiecīgo autoru un/vai darbu" (*Sutherland–Smith*, 2011; Sudmale, 2012; Akadēmiskā godīguma koncepcija, 2007).

Augstskolu plaģiāta pārvaldības politika kopumā traktē plaģiātu kā kriminālu nodarījumu, uz ko norāda lingvistiskā forma "sods", kas dokumentos dominē pār "sankcijām" attiecībā 14:5 (*Sutherland–Smith*, 2011). Izplatītākie sodi ir mutiski vai rakstiski brīdinājumi, akadēmiskā vērtējuma pazemināšana, naudassods, visa akadēmiskā gada sekmju anulēšana, izslēgšana no augstskolas uz noteiktu laiku, galīga izslēgšana vai pat akadēmiskā grāda atņemšana. Sodi dažos gadījumos tiek diferencēti atkarībā no plaģiētā teksta apjoma, no "tīša" vai "netīša plaģiāta", kas rada iespējas subjektīvām plaģiāta interpetācijām, tāpat kā plaģiāta "objekta" noteikšana (tas var būt teksts, attēls, ideja, mutvārdu materiāls, kam grūti noteikt autorības robežas, un pamatā var likt apšaubīt augstskolu pieejas objektivitāti.

Sodu diferencē arī atkarībā no izglītības līmeņa, kurā plaģiāts veikts. 1. kursā tiek piemēroti vieglāki sodi, nekā pēdējā, jo uzskata, ka pirmajos kursos studenti nav pilnībā iepazinušies ar augstskolu noteikumiem un apzinājušies personisko darbību konsekvences, tāpat var nebūt apgūta korektas citēšanas prakse (*Ouden, Wijk*, 2011; *Gilmore et.al.*, 2010; *Sutherland–Smith*, 2011). Spriežot pēc analoģijas, smagākus sodus nekā bakalaura līmenī studējošajiem būtu jāsaņem maģistrantūras vai doktorantūras studentiem, kas īstenojuši plaģiātu. Latvijā soda diferenciācija, piemēram, RISEBA tiek piemērota atkarībā no tā, vai plaģiāts attiecas uz kārtējo pārbaudījumu vai ticis plaģiēts noslēguma

studiju darbs, kas tieši saistīti ar kvalifikācijas darbu, diplomdarbu, akadēmiskā grāda saņemšanu, kā arī par smagāko pārkāpumu tiek uzskatīta darba pirkšana no citas personas un uzdošana par savu un atkārtots plaģiāts (RISEBA, Studiju nolikums, 2000).

Kaut arī augstskolu praksē "nozieguma-soda" stratēģija ir izplatītākā, plaģiāta pārvaldību, kas balstās juridiskajā skatījumā, apdraud vairāki riski. Pirmkārt, sodu sistēmas pielietojums neatbild uz jautājumu, kādēļ plaģiāts tiek veikts, bet, nezinot cēloņus, plaģiāta sodīšanai varētu nebūt ilgtermiņa rezultāti. Tāpat diskutējams ir jautājums, vai atmaksājas dārgi tehniski risinājumi plaģiāta noteikšanā, uz kuru pielietojumu galvenokārt koncentrējas plaģiāta apkarotāji.

Augstskolu vadības līmenī atbilde uz pieaugošu plaģiāta risku ir pārmaiņu ieviešana augstskolu politikā un praksē, kas īstenojas ar divu atšķirīgu stratēģiju palīdzību. Tradicionālās plaģiāta pārvaldības aktivitātes raksturo pastiprināti centieni atklāt plaģiātu. Plaģiāta noteikšanas programmatūras ir galvenais risinājums, ko izmanto paralēli augstskolu personāla instruēšanai un norādēm uz akadēmisko standartu nozīmīgumu, tāpat tiek pievērsta uzmanība novērtēšanas uzdevumu un pārbaudījumu saturam un pārmaiņām tajā katru semestri, samazinot kārtējo un palielinot noslēguma pārbaudījumu skaitu (*Sutherland–Smith*, 2010).

Latvijā, paralēli lokālu datu bāzu izveidei, notiek plaģiāta noteikšanas programmatūras izmēģinājumi atsevišķās augstskolās, piemēram, "WcopyFind" LU SZF (Kreicbergs, 2009). Kā vienu no jaunākajām aktivitātēm cīņā pret plaģiātu var minēt septiņu augstskolu (LU, DU, LiepU, LLU, RISEBA, VA, EKA) 2012.gada 5.aprīlī parakstīto nodomu protokolu par sadarbību plaģiāta izskaušanā un kopēja datorizēta tīkla izveidi studiju darbu pārbaudei. Šāda iniciatīva ir apsveicama un ilgi gaidīta. Tomēr būtu bīstami to uztvert kā panaceju pret plaģiātu. Visticamāk, šādas datu bāzes izveide un plaģiāta noteikšanas programmatūru izmantošana, tāpat cilvēkresursu mācības, lai strādātu ar datu kopām un kontroles rīkiem, prasīs zināmus finansu un laika resursus. Tādēļ vērts izanalizēt riskus.

Latvijā šobrīd pastāv 33 augstskolas, kurās realizētās programmas daļēji pārklājas, radot augsni darbu maiņas tirdzniecībai. Ja septiņas augstskolas savstarpēji pārbaudītu studiju darbus, bet 26 to nedarītu, tad varbūtība, ka datu bāzē ieplūstot pārējo 26 augstskolu studiju darbiem, plaģiāts netiks atklāts, ir visai augsta. Situāciju daļēji varētu mainīt tas, ka visas valsts un privātās augstskolas apvienojas vienotā pretplaģiāta tīklā, kas sniegtu zināmu ieguldījumu plaģiāta noteikšanā un mazināšanā, tomēr ar tehniskiem risinājumiem piemītošiem ierobežojumiem. Piemēram, populārākās plaģiāta noteikšanas programmas *Turnitin* riski, kā norāda Dž. Heizers, ir iespēja mainīt sākotnējo tekstu tā, lai *Turnitin* to neatpazītu kā plaģiātu, izmantojot lejupielādējamas metodes, kas piemērojamas jebkurai tekstapstrādes sistēmai (*Heather*, 2010).

Pat ja daļa studentu nebūtu tik informēti vai tehniski sagatavoti, lai veiktu šādas manipulācijas, Latvijā (un arī citās valstīs, kā liecina dažādas brīvi pieejamas mājas lapas, piemēram, http://www.dissertation-writing-help.org/, http://www.bestdissertations.com/, http://www.zaochnik.com/dissertacia/, http://www.disserlib.com/, http://www.alldisser.ru/price.html u.c.) eksistē akadēmisko darbu tirgus, kurā iespējams ne vien iegādāties gatavus darbus, lai tos kompilētu vai tulkotu, bet arī pasūtīt visdažādāko līmeņu darbus, sākot ar kārtējo pārbaudījumu un bakalaura līmeņa darbiem un beidzot ar disertācijām.

Latvijā pastāv vismaz septiņi portāli (www.atlants, www.gudrinieks.lv, www.refoo.lv, www.refiki.lv, www.beststudent.lv, http://originaldarbi.wordpress.com/, http://www.rakstudarbi.blogspot.com/, kuri nodarbojas ar studiju darbu tirdzniecību, formāli saucoties, piemēram, interneta bibliotēka.

Tā kā juridiski nepastāv aizliegums pārdot savu intelektuālo īpašumu citiem, pie tam dažos portālos lietošanas noteikumos ir norādes uz nepieciešamību ievērot atsauces, savukārt citos izvirzīta prasība darba pārdevējam nodot īpašumtiesības (autortiesības) portālam bez tālākām pretenzijām, tad pastāv grūtības juridiski jebkādi apstrīdēt šādu vietņu pastāvēšanu, un attiecīgā tirgus niša ir pārpildīta ar pieprasījumam atbilstošiem piedāvājumiem.

Turklāt Latvijā, kā viens no padomju politiskās iekārtas mantojumiem ir labas krievu valodas zināšanas vecākajai paaudzei, savukārt jaunākā – ir apguvusi angļu valodu. Hipotētiski, bet realitātē arī praktiski, tas nozīmē, ka, pārtulkojot internetā atrastu darbu no angļu vai krievu (vai citas) valodas, ir neiespējami pierādīt, ka tas ir plaģiāts. Tas pats attiecināms arī uz darbiem, ko iespējams pasūtīt darbu rakstītājiem. Praktiski visos lielākajos Latvijas sludinājumu portālos ir sadaļa "Mācības, kursi", kas tālāk diferencējas kā "Kursa darbi, referāti, diplomdarbi" vai "Palīdzība kursa darbu rakstīšanā" ar apjomīgu piedāvājumu. Piemēram, portālā www.ss.lv atrodami 186 diplomdarbu, 96 kursa darbu un 65 referātu piedāvājumi, no tiem lielākā daļa tiek reklamēti kā oriģināldarbi vai darbi pēc pasūtījuma, kas plaģiāta pārvaldības kontekstā nozīmē jebkuras tehnoloģijās balstītas pieejas bezspēcību plaģiāta identificēšanā. Līdzīgi portālā www.reklama.lv ievietoti 12 diplomdarbu piedāvājumi, 10 kursa darbu, sešu referātu, tiek piedāvāta iespēja pasūtīt arī prakses atskaites vai mājas darbus. Savukārt portālā www.zip.lv sadaļā "Kursa darbi" atrodams 71 piedāvājums (dati par 11.02.2013.).

Pasūtītie darbi, tai skaitā noslēguma darbi, nav pierādāmi kā plaģiāts vai ir pierādāmi retos gadījumos, ja krasi atšķiras studenta ierastais un uzrakstītā darba līmenis. Taču praksē, pat ja augstskolās mācībspēkiem rodas aizdomas par plaģiātu, ir liela ticamība, ka arī aizstāvēšanās prezentācija un runa būs pirktas un izstrādātas atbilstošas plaģiētajam darbam. Lielākais, ko šādā situācijā var darīt aizstāvēšanas komisija – ar papildus jautājumiem panākt, ka atzīme tiek nedaudz pazemināta. Taču tā ir augstskolas un akadēmiskās ētikas sakāve.

Kamēr plaģiāta pārvaldība netiks iekļauta izglītības sistēmas reformās kā būtisks izglītības kvalitātes nodrošinājuma nosacījums un plaģiāta pārvaldība – risināta sistēmiski, maz ticams, ka sagaidāmi būtiski uzlabojumi. Lai plaģiāta apkarošanā ieguldītie resursi nebūtu veltīgi, ieteicams izvērtēt arī citas iespējas izprast un ierobežot plaģiātu.

Saskaņā ar kompleksitātes teoriju viens no efektīvākajiem haosa un sarežģītības pārvaldības veidiem ir mācīšanās, kas ir pārmaiņu pamats. Tādēļ plaģiāta daudzpusīga izpēte ilgtermiņā var būt produktīvāka par vienpusīgiem tā apspiešanas mēģinājumiem.

Alternatīva augstskolu plaģiāta pārvaldības stratēģija ietver plaģiāta pētniecības attīstību, plaģiāta gadījumu reģistru izveidi augstskolās, nodrošinot caurspīdīgumu un atklātību, kā arī speciālas akadēmiskā godīguma zināšanu iestrādes kursos vai arī atsevišķu kursu izveidi, kuros tiek analizēti plaģiāta mehānismi un attīstītas akadēmiski ētiskas rakstīšanas prasmes un attieksme. Augstskolu mājas lapās ieteicams nodrošināt studentus un mācībspēkus ar detalizētu informāciju par plaģiātu un tā konsekvencēm, tai skaitā sniegt izsmeļošas definīcijas, saites uz plaģiāta politikas dokumentiem, tekstu fragmentus salīdzināšanai ar korektiem un nekorektiem citēšanas paraugiem un kontaktinformāciju

akadēmiski godīgas rakstīšanas konsultantiem, kā arī ievietot reklāmas par akadēmiski godīgas rakstīšanas darbnīcām, kas atbilst zināšanu plūsmu konceptuālajai izpratnei par netveramu, taču pārmaiņām būtisku zināšanu plūsmām, kas tiek vadītas ar mācīšanās palīdzību (*Sutherland–Smith*, 2010; *Nissen, Levitt*, 2002).

Latvijā pagaidām varētu runāt par viena nosacījuma daļēju izpildi – kopumā 45% Latvijas augstskolu normatīvu dokumentu līmenī ir formulējušas attieksmi pret plaģiātu studiju procesā un nodrošinājušas Web balstītu brīvu pieeju informācijai, 49% augstskolu dokumentos trūkst plaģiāta atrunas vai Web balstītas pieejas informācijai, savukārt divu augstskolu (6%) iekšējie dokumenti ir apskatāmi tikai reģistrētiem lietotājiem (Sudmale, 2012). Pārējās augstskolās preventīvie nosacījumi netiek realizēti, taču tie varētu būt ilgtermiņa ieguldījums plaģiāta mazināšanā, jo palīdz mainīt attieksmi pret plaģiātu, nevis cīnās ar sekām. Prevencija, tāpat kā juridiskie plaģiāta apkarošanas mehānismi, prasa resursu ieguldījumus, taču tā var palīdzēt efektīvi mazināt plaģiātu ilgtermiņā (Lukashenko R., Graudina V., Grundspenkis J., 2007). Prevencija uzskatāma par pieeju, kas, nepārklājoties ar sodu un sankciju sistēmām, tomēr palielinātu plaģiāta mazināšanas potenciālu augstskolās.

Lai plaģiāta pārvaldībā paralēli sodu – sankciju sistēmām attīstītu alternatīvas preventīvas pieejas, nepieciešams apzināt pastāvošās studentu attieksmes pret plaģiātu, kā iespējamu plaģiāta darbību pamatu. Tā kā pētījumi atklāj, ka attieksmi pret plaģiātu var determinēt izglītības līmenis (pirmajos kursos pastāvot mazākām zināšanām par korektu citēšanu un plaģiāta normatīvajām konsekvencēm), tad pētījumā analizēja gan pirmo kursu, gan doktorantūras līmeņa studiju programmu studentu attieksmi pret plaģiātu, pieņemot, ka no atšķirīgas attieksmes var izrietēt nepieciešamība pēc diferencētas plaģiāta pārvaldības (*Ouden, Wijk*, 2011; *Gilmore et.al*., 2010; *Sutherland–Smith*, 2011).

1. Metode

Pētījums tika īstenots Rīgas Tehniskās universitātes (RTU) un Liepājas universitātes (LiepU) gan pamatstudiju, gan doktorantūras studiju programmu studentu izlasēs saskaņā ar Gilmores un citu autoru pieņēmumiem par dažādu izglītības līmeņu studentu atšķirīgu attieksmi pret plaģiātu (*Gilmore et.al*., 2010). Tajā piedalījās 20 respondenti no Liepājas Universitātes un 20 respondenti no Rīgas Tehniskās universitātes (N=40). Datu analīzei izmantoja kvantitatīvās pētniecības metodes.

Pētījumā piedalījās pedagoģijas, inženierzinātnes, datorzinātņu, ekonomikas un valodniecības nozaru studenti, relatīvi vienmērīgi pārstāvot gan sociālo, gan eksakto zinātņu programmas. Aptauju aizpildīja 20 profesionālā bakalaura programmu pirmā un otrā kursa studenti, no tiem 14 vīrieši un sešas sievietes (SD=.47) vecumā no 19 līdz 33 gadiem (M=21.1; SD=2.92), un 20 augstākā izglītības līmeņa – doktorantūras programmu – studenti, no tiem 6 vīrieši un 14 sievietes (SD=.47) vecumā no 24 līdz 57 gadiem (M=39.52; SD=9.22).

Datu apstrādes procesā apkopoja un kvantitatīvi analizēja pašnovērtējuma tipa atbildes par attieksmi pret plaģiātu, izmantojot M. Mavrinakas "Attieksme pret plaģiātu" aptauju, kuras ietvaros respondentus lūdza novērtēt divdesmit deviņus apgalvojumus par plaģiātu Likerta tipa skalā (*Mavrinac, Brumini, Bilic–Zulle et.al*., 2006, *Attitudes Toward Plagiarism Questionnaire, written permission of author*).Noteica aprakstošās statistikas rādītājus un aprēķināja statistisko Manna Vitneja U kritēriju, analizējot attieksmes pret plaģiātu atšķirības respondentiem, kuri studē pamata vai doktorantūras

līmeņa studijās. Ar korelāciju analīzes palīdzību atklāja sakarības starp pozitīvu vai negatīvu attieksmi pret plaģiātu un plaģiāta izpratnes subjektīvām normām.

Kvantitatīvajai datu analīzei pielietoja IBM SPSS 20 paketi. Iegūtos rezultātus salīdzināja ar plaģiāta pārvaldības teorētiskajiem konceptiem, tālāk veidojot integrētus secinājumus, kas ļāva iegūt priekšstatu par būtiskākajiem attieksmes pret plaģiātu aspektiem pārmaiņu vadības kontekstā.

2. Rezultāti un diskusija

Attieksmes pret plaģiātu atšķirības pamata un doktorantūras studiju programmu studentiem

Pamata studiju programmu studentiem pētījumā atklājās pozitīvāka attieksme pret plaģiātu, novērtējot personisko atsauču lietošanas praksi, darbu pārkopēšanu, kompilēšanu, izsverot nepieciešamību sodīt plaģiātu, kā arī vispārinot attieksmi pret plaģiātu akadēmiskās ētikas kontekstā. Savukārt doktorantūras studenti, kaut arī neizrāda klaju atbalstu plaģiātam, tomēr arī nepauž izteiktāku negatīvu attieksmi, attieksme kopumā ir mazāk polarizēta, nekā pamatstudiju studentiem.

1. tabula

Attieksmes pret plaģiātu vidējās aritmētiskās vērtības pamatstudiju un doktorantūras studentiem

Studenti	Pozitīva attieksme pret plaģiātu	Negatīva attieksme pret plaģiātu	Subjektīvas normas plaģiāta izpratnē
Pamatstudiju studenti	41,45	22,80	29,15
Doktorantūras studenti	28,70	21,20	33,70

Doktorantūras studentu attieksmju struktūrā lielāka nozīme ir subjektīvajām normām, kas pārstāv interiorizētu personības pozīciju, attieksmi, kas pieņemta kā personiskā norma, tātad, raksturo dziļāko attieksmes slāni, kas ir mazāk saistīts ar sociālajām gaidām un pauž indivīda projekcijas, personisko uzvedības paternu piedēvējumu citiem ("Autori saka, ka neveic plaģiātu, kaut patiesībā to veic") un atklāj racionalizāciju kā vienu no plaģiāta veikšanas psiholoģiskās aizsardzības pamata mehānismiem, pamatojot plaģiātu ar dažādiem nosacīti objektīviem attaisnojumiem un mazinot personiskās atbildības nozīmi ("Plaģiātam ir attaisnojums, jo man šobrīd ir daudz svarīgu saistību un pienākumu, ko pildīt") (skat. 1.tabulu). Pirmo kursu studenti demonstrēja pielaidīgāku attieksmi pret plaģiātu, atzīstot to kā pieņemamu rīcības stratēģiju gadījumos, kad nav skaidras izpratnes, kā rīkoties – trūkst nepieciešamo svešvalodu zināšanu, lai izpildītu prasības, vienlaikus akceptējot tādu plaģiāta formu kā pašplaģiātu – plaģiāta paveidu, kas nozīmē sava darba vairākkārtēju izmantošanu, uzdodot to par oriģinālu darbu (Sedlenieks, 2002). Tā var būt skaidra norāde augstskolu vadībai uz nepieciešamību pirmo kursu studentus nodrošināt ar izsmeļošu informāciju par plaģiāta veidiem un sekām, paralēli palīdzot studentiem attīstīt ētiskas rakstīšanas un korektas citēšanas prasmes. Plaģiāta pārvaldības līmenī

augstskolām būtu jāapsver iespēja dažādos studiju kursos integrēt informāciju, kas vērsta uz studentu attieksmes maiņu, vai arī jākoncentrējas uz speciālu plaģiāta prevencijas kursu izveidi. Tas sekmētu kompleksitātes pieejas pielietojumu plaģiāta izpratnē un papildinātu līdzšinējo sodu un sankciju sistēmu iespējas ierobežot plaģiātu.

Tā kā doktorantu pozitīvai un negatīvai attieksmei pret plaģiātu konstatēja zemākus vidējos rādītājus, bet subjektīvajām normām – augstākus, nekā pamatstudiju programmu studentiem, tālāk tika aprēķināts, vai pastāv nozīmīgas attieksmes atšķirības abās grupās. Izanalizējot aprakstošās statistikas rādītājus, noteica empīriskā sadalījuma atbilstību normālam. Saskaņā ar centrālās tendences rādītājiem, asimetrijas un ekscesa koeficientiem un ceturtās kārtas momentu, doktorantu pozitīvā attieksme pret plaģiātu atbilda normālam sadalījumam. Asimetrijas koeficients ir lielāks par kritisko asimetrijas vērtību (A_{apr}.206 > $A_{krit.}$ 533) un ceturtās kārtas moments ietilpst kritisko robežu intervālā (K_{apr} 2,97>$K_{ap\text{-}kr}$ 2,13vai K_{apr} 2,97< $K_{aug\text{-}kr.}$4,01). Savukārt pamatstudiju studentu pozitīvas attieksmes pret plaģiātu dati uzrādīja neatbilstību normālam sadalījumam, jo ceturtās kārtas moments neietilpst intervālā (K_{apr} 4,27>$K_{ap\text{-}kr}$ 2,13vai K_{apr} 4,27> $K_{aug\text{-}kr.}$4,01) (Raščevska, Kristapsone, 2000).

Ņemot vērā aprakstošo statistiku un izlases nelielo apjomu, atšķirību analīzei tika izvēlēta neparametriskā statistika – Manna Vitneja U kritērijs (p<.05). Aprēķinātais 2-pusīgais nozīmības līmenis .000 <.05 nozīmēja statistiski nozīmīgu atšķirību starp doktorantu un pamatstudiju studentu pozitīvo attieksmi pret plaģiātu, kas atbilst Gilmores un līdzautoru, kā arī Oudenas, Vījka un Sazerlandas–Smitas pētījumu rezultātiem par atšķirībām attieksmē pret plaģiātu atkarībā no izglītības līmeņa (*Ouden, Wijk,* 2011; *Gilmore et.al.,* 2010; *Sutherland–Smith,* 2011).

Analoģiski nosakot aprakstošās statistikas rādītājus studentu negatīvai attieksmei pret plaģiātu, pamatojoties uz empīriskā sadalījuma neatbilstību normālam, par ko doktorantūras studentu aptaujas rezultātos liecināja aprēķinātais asimetrijas koeficients, kas pārsniedza kritisko vērtību (A_{apr}|-.445| < $A_{krit.}$ 533), arī tika izvēlēta statistiskās analīzes metode Manna Vitneja U kritērijs (p<.05). Kā redzams 2.tabulā, aprēķinātā vērtība. 104 >. 05, tādēļ nav pamata uzskatīt, ka starp pirmo kursu studentu un doktorantu negatīvu attieksmi pret plaģiātu pastāvētu statistiski nozīmīgas atšķirības.

Tā kā empīriskais sadalījums neatbilda normālam, arī studentu subjektīvās attieksmes pret plaģiātu analīzei izvēlējās Manna Vitneja U kritēriju (p<.05), iegūstot rezultātu. 017<. 05, kas norāda uz statistiski nozīmīgām plaģiāta izpratnes subjektīvo normu atšķirībām pirmo kursu un doktorantūras studentiem (skat.2.tabulu).

2. tabula

Attieksmes pret plaģiātu statistiskās atšķirības pamatstudiju un doktorantūras studentiem

	Pozitīva attieksme pret plaģiātu	Negatīva attieksme pret plaģiātu	Subjektīvas normas plaģiāta izpratnē
Manna Vitneja U kritērijs	.000 <.05	.104 >.05	.017 <.05

Attieksmes pret plaģiātu saistība ar subjektīvām normām

No zināšanu plūsmu pieejas skatupunkta subjektīvās plaģiāta izpratnes normas ir attiecināmas uz netveramajām zināšanām, interiorizētu personības pozīciju, kas, iekļaujoties netveramo zināšanu plūsmā, var kļūt par riska faktoru akadēmiskās ētikas prestižam augstskolās, jo doktoranti pārstāv akadēmisko segmentu, kam ir ietekme kā uz citu izglītības līmeņu studentu studiju saturu un procesu, tā pētniecību. Saskaņā ar Nisenu un Levitu netveramās zināšanas mācīšanās procesā var pārveidoties par skaidrām starporganizāciju zināšanām, tādēļ tika pārbaudīta saikne starp pētāmo subjektīvajām plaģiāta izpratnes normām un pozitīvu un negatīvu attieksmi pret plaģiātu (*Nissen, Levitt*, 2002).

Atbilstoši normālam datu empīriskajam sadalījumam pielietoja Pirsona korelācijas koeficientu (doktorantūras studentu pozitīvas attieksmes un subjektīvo plaģiāta izpratnes normu skalām), bet visos pārējos gadījumos, kad empīriskais sadalījums neatbilda normālam sadalījumam, izmantoja Spirmena rangu korelācijas koeficientu. Statistiski nozīmīga vidēji cieša sakarība atklājās tikai starp doktorantu pozitīvu attieksmi pret plaģiātu un subjektīvajām plaģiāta izpratnes normām, jo r_{apr}.469 > $r_{kr.}$ 444 (α =. 05). Starp doktorantūras studiju programmu studentu negatīvu attieksmi pret plaģiātu un subjektīvajām plaģiāta izpratnes normām statistiski nozīmīgu sakarību nepastāv, tāpat kā starp pirmo kursu studentu pozitīvo vai negatīvo attieksmi pret plaģiātu un subjektīvajām plaģiāta izpratnes normām (skat.3.tabulu). Aprēķinātie korelācijas koeficienti ir mazāki par Spirmena rangu korelācijas koeficienta kritisko vērtību, jo $r_{s\ apr.}$< $r_{skrit.}$.445 (α =. 05).

3. tabula

Attieksmes pret plaģiātu sakarība ar subjektīvām plaģiāta izpratnes normām

	Doktorantūras studenti			Pamatstudiju studenti		
	Pozitīva attieksme	Negatīva attieksme	Subjektīvas normas	Pozitīva attieksme	Negatīva attieksme	Subjektīvas normas
Pozitīva attieksme	1	-. 038	.469	1	.095	.414
Negatīva attieksme	-.038	1	-.089	.095	1	.232
Subjektīvas normas	.469	-.089	1	.414	.232	1

Korelācija ir statistiski nozīmīga ar. 05 nozīmības līmeni

Doktorantu attieksmes pret plaģiātu dziļāko segmentu pārstāv subjektīvās normas. Kā atklāj pētījuma rezultāti, tās ir nozīmīgi saistītas ar pozitīvu attieksmi pret plaģiātu, kas uzskatāma par deklaratīvo attieksmes segmentu. Lai efektīvi vadītu plaģiāta ierobežošanas procesus augstskolās, tie kā prioritāte jāiekļauj pārmaiņu procesos, koncentrējoties gan uz nepieciešamību sistēmiski regulēt plaģiātu ar politiski normatīviem līdzekļiem un tehnisko resursu potenciālu, tā arī veicot ilgtermiņa ieguldījumus prevencijā ar mērķi veidot akadēmiski godīgu attieksmi augstskolās.

Secinājumi

Attieksmi pret plaģiātu var determinēt izglītības līmenis, kas apstiprinājās arī šajā pētījumā, pamata studiju līmenī identificējot statistiski nozīmīgi pozitīvāku attieksmi pret plaģiātu, nekā doktorantūras studiju programmu studentiem, kas atbilst Gilmores un līdzautoru, kā arī Oudenas, Vījka un

Sazerlandas–Smitas pētījumu rezultātiem par atšķirībām attieksmē pret plaģiātu atkarībā no izglītības līmeņa (*Ouden, Wijk*, 2011; *Gilmore et.al.*, 2010; *Sutherland–Smith*, 2011).

Doktorantu attieksmes struktūras izpēte liecina, ka pretstatā deklaratīvajam attieksmes līmenim, attieksmes dziļākie segmenti, ko pārstāv indivīdu subjektīvās normas, ietver zemāku plaģiāta pieļaujamības slieksni. Saskaņā ar attieksmes teorētiskiem skaidrojumiem, attieksme ir darbības ierosinātājs un veidojas uz informācijas par attiecīgo priekšmetu, procesu, parādību bāzes, tādēļ apzinot gan atklātākus plaģiāta riskus pamata studiju studentiem, gan latentākus – doktorantūras studentiem, visos studiju līmeņos izglītošanai un informēšanai par plaģiātu un tā konsekvencēm būtu jāpievērš īpaša uzmanība. Tomēr plaģiāta ierobežošanas pasākumus nepieciešams diferencēt: pirmajos kursos uzsverot studentu iepazīstināšanu ar augstskolas noteikumiem un normatīvajiem dokumentiem, attīstot studentu ētiskas rakstīšanas prasmes, bet augstākos izglītības līmeņos rosinot studentus analizēt personiskās pozīcijas saikni ar akadēmisko ētiku.

Mūsdienās augstskolas sastopas ar sarežģītām un grūti prognozējamām problēmām, kuru risināšanā jāizmēģina jauni ceļi. Pārmaiņu vadības paradigmā par kritisko jēdzienu top mācīšanās. Mācīšanās zaudē pasīvi refleksīvo raksturu, bet kļūst pārveidojoša un pati ir pārmaiņu pamats. Zināšanu pārvaldība līdztekus mācīšanās jēdzienam kļūst par otru atslēgas vārdu pārmaiņu vadībai augstskolās.

Intuitīvu, netveramu un neformālu individuālu zināšanu plūsmu par plaģiāta ierobežošanu apzināta vadība augstskolās ved pie skaidru, racionālu un formālu zināšanu veidošanās jau institucionālā un sistēmas līmenī. Savukārt pārmaiņas plaģiāta politikā var ietekmēt akadēmisko attieksmi un plaģiāta pārvaldības praksi augstskolās (*Nissen*, 2006; *Pickard*, 2006).

Pārmaiņām plaģiāta vadības jomā būtu jāatbalsta stratēģiju dažādošana, paralēli sodu un sankciju sistēmām, īstenojot preventīvus pasākumus, kas palielinātu plaģiāta ierobežošanas stratēģiju ietekmes potenciālu un ilgtspēju. Plaģiāta pārvaldība būtu jāiekļauj izglītības sistēmas reformās kā būtisks izglītības kvalitātes un akadēmiskā godīguma nodrošinājuma nosacījums.

Izmantotās literatūras saraksts

Akadēmiskā godīguma koncepcija (2007). Rīga: Akadēmiskā godīguma centrs, 13 lpp. http://www.politika.lv/14258/ [skatīts 09.02.2013.]

Bennett, K. K., L. S. Behrendt, J. L. Boothby (2011). Instructor perceptions of plagiarism: Are we finding common ground? *Teaching of Psychology* 38, (1), pp. 29 – 35.

Fullan, M., Cuttress, C., Kilcher, A. (2005). Eight forces for leaders of change. *JSD, 26* (4), pp. 54–64. http://www.michaelfullan.ca/articles#2005 [skatīts 8.02.2013.].

Gilmore, J., Strickland, D., Timmerman, B. et. al. (2010). Weeds in the Flower Garden: An Exploration of Plagiarism in Graduate Students' Research Proposals and its Connection to Enculturation, ESL and Contextual factors. *International Journal for Educational Integrity,* Vol. 6 (1), pp. 13–28.

Gino, F., Ariely, D. (2012). The Dark Side of Creativity: Original *Journal of Personality and Social Psychology*, 102 (3), pp. 445–459.

Heather, J. (2010). Turnitoff: identifying and fixing a hole in current plagiarism detection software. *Assessment & Evaluation in Higher Education,* 35 (6), pp. 647–660. http://www.informaworld.com [skatīts.03.02.2013]

Ibrahim, R. (2005). *Discontinuity In Organizations: Impacts Of Knowledge Flows On Organizational Performance* (Doctoral dissertation). Stanford University, http://crgp.stanford.edu/publications/dissertations/Ibrahim_2005.pdf [skatīts 11.01.2013.]

Kalvāns, R. (2009). Izglītības iestādes vadītājs pārmaiņu procesos Rīgas vispārizglītojošās vidusskolās. *LU Raksti:Izglītības vadība*, 749, Rīga: , 36.–48. lpp.

Lukashenko, R., Graudina, V., Grundspenkis, J.(2007). Computer-Based Plagiarism Detection Methods and Tools: An Overview. *International Conference on Computer Systems and Technologies – CompSysTech'07*, Rousse, Bulgaria, June 14–15, pp. III A. 18–1 –IIIA.18–6.

Mavrinac, M., Brumini, G., Bilic-Zulle, L., & Petrovecki, M. (2010). Construction and validation of attitudes toward plagiarism questionnaire. *Croatian Medical Journal*, 51 (3), pp. 195–201.

Moscovici, S. (1981). On social representations. In: J. P. Forgas (Ed.), *Social Cognition*. London: Academic Press, pp. 181–210.

Nissen, M. (2006). *Harnessing Knowledge Dynamics: Principled Organizational Knowing & Learning.* Hershey, PA: IRM Press. pp. 278.

Nissen, M., Levitt, R. (2002). *Dynamic Models of Knowledge-Flow Dynamics* (CIFE Working Paper76). Stanford University: Center for Integrated Facility Engineering, pp. 30. http://cife.stanford.edu/sites/default/files/WP076.pdf [skatīts 07.02.2013.]

Ouden, H., Wijk, C. (2011). Plagiarism: punish or prevent? Some experiences with academic copycatting in the Netherlands. *Business Communication Quarterly*, 74 (2), pp. 196–200.

Pickard, J. (2006). Staff and student attitudes to plagiarism at University College Northampton, *Assessment and Evaluation in Higher Education,* 31(2), pp. 215–32.

Raščevska, M., Kristapsone, S. (2000). *Statistika psiholoģijas pētījumos*. Rīga: Izglītības soļi. 356 lpp.

Studiju nolikums. (2000). RISEBA, 4 lpp. http://www.riseba-d.lv/new/images/pdf/studiju-nolikums.pdf [skatīts 07.02.2013]

Rosenhead, J. (1998). *Complexity Theory and Management Practice*, http://human-nature.com/science-as-culture/rosenhead.html [skatīts 05.02.2013.]

Russikoff, K., Fucaloro, L., Salkauskien, D.(2003). Plagiarism as a Cross-Cultural Phenomenon. *The CAL Poly Pomona Journal of Interdisciplinary Studies*, 16, pp. 109–120.

Scanlon, P. M. (2003).Student Online Plagiarism: How Do We Respond? *College Teaching,* 51 (4), pp. 161–165.

Sedlenieks, K. (2002). *Projekts "LU Sociālo Zinātņu fakultātes noteikumi par plaģiātismu".* Sabiedriskās politikas portāls politika lv. http://www.politika.lv/index.php?id=4614 [01.12.2012.]

Selwyn, N. (2008). 'Not necessarily a bad thing …': a study of online plagiarism amongst undergraduate students. *Assessment & Evaluation in Higher Education,* 33 (5), pp. 465–479.

Stacey, R.D. (1996). *Complexity and Creativity in Organizations*, San Fransisco: Berrett-Koehler.

Sudmale, S. (2012). Plaģiāta robežjautājumi augstākajā izglītībā: noteikšana, prevencija un regulēšana. LiepU, 15. starptautiskā zinātniskā konference "Sabiedrība un kultūra: Mainīgais un nemainīgais cikliskumā", 2012.g. maijs.

Sutherland-Smith, W. (2011). Crime and punishment: An analysis of university plagiarism policies: An analysis of university plagiarism policies. *Semiotica:journal of the International Association for Semiotic Studies*, 187, (1/4), pp. 127–139.

Sutherland-Smith, W. (2010). Retribution, Deterrence and Reform: The Dilemmas of Plagiarism Management in Universities.*Journal of Higher Education Policy and Management*, 32 (1), pp. 5–16.

Tafani, E., Souchet, L. (2002). Commitment to pro- versus counter-attitudinal behavior and the dynamics of social representations, *Swiss Journal Of Psychology*, 61 (1), pp. 34–44.

Джуэлл, Л. (2001). *Индустриально-Организационная психология*. С/П:Питер, 720 с.

PAŠVALDĪBU REFERENDUMU IEVIEŠANAS PROBLĒMJAUTĀJUMI LATVIJĀ

CURRENT ISSUES OF THE INTRODUCTION OF LOCAL REFERENDUMS IN LATVIA

Lilita Seimuškāne
Latvijas Universitāte, Latvija

The topicality of the issue of a participatory democracy is largely determined by the weakness of the current representative institutions and low residents trust in them. The state of affairs in Latvia is fairly similar. A sign of the crisis in the democratic representative institutions is the low trust in the public authorities, decrease in the electoral participation, little interest to become involved in any forms of the representative democracy. According to the data of the Eurobarometer 78 survey, conducted in autumn 2012, 13% of the residents of Latvia tend to trust the parliament and 17% – the government. The indicators of the public trust in these public authorities are lower than the average in the EU and candidate countries, as well as in the Baltic states. Although the level of the citizens' trust in the local government in Latvia is comparatively higher (average – 45%), the voter turnout in the local elections is lower than in the parliament elections. Already since 1999, various forums in Latvia have debated the role and introduction of the local referendums. Since 2011 this issue has been updated in the form of a draft law, and in January 2013 it was considered and accepted by the government. The draft law requires the introduction of local referendums in Latvia on July 1, 2013. The aim of the article is to analyze the advantages and disadvantages of the introduction of local referendums, as well as to study whether the introduction of local referendums could increase the level of the citizen participation and lessen the crisis of trust in the representative bodies.

***Atslēgas vārdi**: iedzīvotāju līdzdalība, pašvaldības, vietējā demokrātija, tiešā demokrātija, pašvaldību referendumi.*

1. Teorētiskais ietvars

Vai līdzdalībai ir nozīme modernā publiskā pārvaldē? Ir, ja vien līdzdalības process netiek imitēts un tam nepiemīt formālas procedūras statuss. Pēdējos gados arvien populārāki kļūst izteicieni: "no vietējās pašvaldības uz vietējo pārvaldību" vai pat "pārvaldība bez valdības". Abstrahējoties no pārspīlējumiem, to būtība skaidri parāda modernās publiskās pārvaldes virzienu – ne centrālā valdība, ne pašvaldības nevar vairs darboties autonomi, bez ciešas sadarbības ar iedzīvotājiem, pilsoniskās sabiedrības organizācijām, citām institūcijām, uzņēmumiem (Vanags, 2007). Jau šobrīd reālā situācija Eiropā parāda, ka iedzīvotāji arvien biežāk izmanto jaunas komunikācijas formas sava viedokļa paušanai, bieži vien ārpus līdzdalības oficiālā ietvara.

Atbildēt uz jautājumiem, – kad zema līdzdalības pakāpe nozīmē apmierinātību un kad tā atspoguļo neapmierinātību – vāji organizētu līdzdalības demokrātiju; vai pastāv sakarība starp līdzdalības rādītājiem un iedzīvotāju apmierinātību ar varas īstenoto politiku; kādi faktori ietekmē līdzdalības aktivitāti un kādi izraisa nepatiku, – nav vienkārši. Turklāt visai populārs ir uzskatu kopums, kas atzīst pretrunu starp demokrātiju un efektivitāti (Vanags, E., Vanags, I., Krastiņš, 2006), argumentējot, ka efektīvāki ir tie lēmumi, kurus pieņem kvalificēts, augsti profesionāls personāls, un līdzdalības procedūru izmantošana ir tikai lieks laika patēriņš un mazrezultatīvs iznākums.

Reprezentācijas institūciju darbības vājums arvien vairāk aktualizē jautājumu par tiešās demokrātijas lomas nostiprināšanu. Tiešā demokrātija nozīmē, ka pilsoņiem ir tiesības uz tiešu, nepastarpinātu līdzdalību valsts un sabiedrības svarīgāko lēmumu pieņemšanā, piedaloties tautas nobalsošanā, ne tikai izpildot obligātas likumdošanas prasības, bet arī pēc personīgās iniciatīvas, neatkarīgi no reprezentatīvo institūciju vēlmes. Tiešās demokrātijas izpratnē svarīga ir divu kritēriju ievērošana:

1. tā attiecas uz lēmumu pieņemšanu svarīgos politikas jautājumos, bet neattiecas uz personālijām. Proti, tiesības ievēlēt tiešās vēlēšanās savus pārstāvjus un tos atsaukt (piemēram, pilsētas domes vai parlamenta deputātus) netiek atzītas par tiešās demokrātijas izpausmi;
2. tiešā demokrātija apveltī pilsoņus ar varu, bet tās procedūras ir orientētas uz varas pilnvaru sadalīšanu. Tas nozīmē, ka tiesiskais regulējums reglamentē pilsoņu skaitu, kādam ir tiesības iniciēt tiešās demokrātijas procedūras neatkarīgi no likumdevējvaras vai izpildvaras vēlmēm jebkurā pārvaldes līmenī (*Buchi,* 2011).

Tiešā demokrātija ietver vairākas līdzdalības formas: referendumus, pilsoņu iniciatīvas, alternatīvu priekšlikumu iesniegšanu. Tautas nobalsošanas procedūras, kuras iniciē nevis pilsoņi, bet publiskās varas institūcijas (plebiscīti), nav attiecināmas uz tiešo demokrātiju (*Buchi,* 2011).

Eiropas valstis tiešās līdzdalības nodrošināšanā izmanto daudzveidīgus modeļus, taču referendums ir visizplatītākais pilsoņu līdzdalības veids (CG (21)3, 2011). Lielākā daļa no Eiropas valstīm praktizē konsultatīvos referendumus, dažas valstis – tikai lemjošos, bet atsevišķās valstīs, piemēram, Šveicē, izmanto abus veidus – gan konsultatīvos, gan lemjošos referendumus. Tieši Šveice referendumu tradīciju un to lielās pieredzes dēļ tiek uzskatīta par tiešās demokrātijas pamatlicēju.

Franču pētnieks Premats (*Premat,* 2006), analizējot Šveices tiešās demokrātijas tradīcijas, uzmanību vērš uz virkni interesantu secinājumu:

- ar tiešās demokrātijas procedūrām ir daudz grūtāk manipulēt. Tās nav realizējamas momentāni, un izlemjamā jautājuma atbalstam ir nepieciešams pārliecināt iedzīvotājus;
- tiešās demokrātijas procedūras ir orientētas uz vairākuma gribas interesēm. Taču pozitīva rezultāta sasniegšanai ilgtermiņā ideāla konstrukcija ir līdzsvara ievērošana starp vairākuma gribu un minoritāšu tiesību aizsardzību;
- tiešā demokrātija nozīmē izkoptas tradīcijas. Tautas iniciatīvas un referendumi ir veids, kā, kopienas pārstāvjiem balsojot, vienoties par kopīgajām interesēm;
- ir maldīgi domāt, ka tiešās demokrātijas procedūras ir tiešs drauds reprezentatīvo institūciju pārstāvjiem. Šveices referendumu pieredze pierāda, ka laika posmā no 1848. līdz 2006.gadam no 160 tautas iniciatīvām tika apstiprināti tikai 9%;
- tiešās demokrātijas procedūras var būt labs veids, kā risināt sociālās pretrunas vai konfliktus;
- tiešā demokrātija veicina pilsoņu politisko izglītošanos. Kompetence un pašapziņa veidojas praktizējoties. Jēdziens "tiešs" nenozīmē procedūras "vienkāršību". Tiešā demokrātija iesaista un tuvina iedzīvotājus politiskajām tēmām. Procedūru sarežģītība ļauj pilsoņiem organizēties, daudz ko mācīties un izkopt politisko un sadarbības kultūru;
- tiešā demokrātija nav mediju regulācijas sfēra. To uzdevums ir palīdzēt iedzīvotājiem izprast referenduma jautājuma daudzveidīgos aspektus. Taču mediji nevar regulēt referenduma balsojumu;

- tiešā demokrātija nav lēta procedūra, bet dažkārt tā var palīdzēt izvairīties no lobēšanas lielās ietekmes, tostarp finansiālas;
- politiskās līdzdalības optimāla modeļa izvēle un procedūru skaidrs tiesiskais regulējums ietekmē tiešās demokrātijas kvalitāti;
- konstitucionālajai tiesai piekrīt tiesības izlemt, vai referendumu jautājums atbilst Konstitūcijas principiem (Premat, 2006).

Baltijas valstu tiešās demokrātijas sistēmu pētnieks Jūri Rūs (*Jüri Ruus*) atzīst, ka viens no svarīgiem priekšnosacījumiem pozitīvākas attieksmes veidošanā pret politisko eliti būtu abu demokrātijas veidu – gan reprezentatīvās, gan tiešās demokrātijas – elementu kombinēšana (*Ruus*, 2011). Savukārt valsts pārvaldes jautājumu eksperts Egils Levits uzskata, ka tiešās demokrātijas elementi ir vairāk piemēroti tieši mazākām vienībām, tātad pašvaldību līmenim un ka to nostiprināšana ir pat būtiskāka nekā nacionālās pārvaldes līmenī (Levits, 2003). Atšķirībā no nacionālā līmeņa, kur tiešās demokrātijas elementi nav īpaši efektīvi kontroles līdzekļi pār politiķu darbību, tieši pašvaldību līmenī tie var veikt šādu kontroles funkciju, – uzskata eksperts (Levits, 2003).

Vai tiešās demokrātijas procedūras uzlabos iedzīvotāju līdzdalības kvalitāti, kā redzams, ir atkarīgs arī no citiem faktoriem, tostarp līdzdalības procesa organizācijas tradīcijām, kā arī sadarbības un politiskās kultūras konkrētajā pārvaldības līmenī.

2. Līdzdalības tiesiskais pamats un regulējums pašvaldību līmenī Latvijā

Latvijas Republikas likumi paredz dažādus veidus, kā iedzīvotāji var iesaistīties pašvaldību darbā, to politikas noteikšanā un lēmumu pieņemšanas procesā.

Latvijas Republikas Konstitūcija ikvienam Latvijas pilsonim garantē tiesības likumā paredzētā veidā piedalīties valsts un pašvaldību darbībā, kā arī pildīt valsts dienestu (LR Satversme, 101.p). Lai gan sabiedrībā ar piedalīšanos valsts un pašvaldību darbībā lielākoties saprot tiesības piedalīties likumdevēja – Saeimas – vai attiecīgi pašvaldības domes izveidošanā, balsojot un kandidējot vēlēšanās, tomēr tas ir tikai viens no iespējamiem piedalīšanās veidiem. Konkrētais pants dod tiesības ikvienam Latvijas pilsonim likumā paredzētajā veidā ne tikai piedalīties vēlēšanās un tautas nobalsošanā, bet dod tiesības arī citādos veidos piedalīties likumdošanas, izpildvaras un tiesu varas realizēšanā, ja šāds piedalīšanās veids likumā ir paredzēts (Kusiņš, 2011). Līdzdalība valsts darbībā var izpausties tiešā vai netiešā veidā, un ar Satversmes 101.pantu tiek aptvertas abas šīs līdzdalības formas (Kusiņš, 2011).

Piedalīšanās veidi nedrīkst būt formāli; tiem jābūt efektīviem, jo tikai efektīva piedalīšanās atbilst tautvaldības principam. Arī šo tiesību aizsardzības mehānismiem jābūt efektīviem. Valstij ne tikai jāgarantē pilsonim formālas tiesības piedalīties, bet tai ir pienākums radīt arī priekšnoteikumus (iespēju), lai pilsonis būtu spējīgs piedalīties valsts un pašvaldību darbā, šo pienākumu veicot apzināti un izprotot piedalīšanās būtību (Kusiņš, 2011).

Saskaņā ar normatīvajiem aktiem Latvijas Republikas pilsoņiem un Eiropas Savienības pilsoņiem, kas Latvijā dzīvo pastāvīgi, ir garantētas aktīvās un pasīvās vēlēšanu tiesības gan Saeimā, gan pašvaldību domēs. Visiem valsts iedzīvotājiem garantētas tiesības apvienoties biedrībās un politiskajā partijās, sūdzību un iesniegumu tiesības, uzklausīšanas (iedzīvotāju pieņemšanas) tiesības, tiesības apstrīdēt pašvaldību administratīvos aktus, u.c. (Vanags, Vilka, 2005).

Latvijas Republikas likumos paredzētas šādas iedzīvotāju informēšanas un līdzdalības iespējas pašvaldībās:

- pašvaldību domes vēlēšanas;
- atklātas domes un to komiteju sēdes;
- domes sēžu darba protokolu pieejamība;
- deputātu pieņemšanas;
- sūdzību un ierosinājumu izskatīšana;
- sabiedriskās apspriešanas;
- gada publiskā pārskata sagatavošana (Vanags, Vilka, 2005).

Likums "Par pašvaldībām" (1994) 2008.gadā tika papildināts ar atsevišķu pantu par tiesībām rīkot pašvaldību referendumus, uzdodot Ministru kabinetam izstrādāt un iesniegt Saeimai likumprojektu par pašvaldību referendumiem. Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija laika periodā no 2008.gada ir izstrādājusi vairākus pašvaldību referendumu likumprojektus. Likuma pārejas noteikumu punkts, kas reglamentē likumprojekta izstrādes un iesniegšanas termiņu, ir grozīts četras reizes.

2013.gada janvārī likumprojekts ir akceptēts valdības līmenī un nonācis izskatīšanai parlamentā. Saskaņā ar pēdējo likumprojekta redakciju tā stāšanās spēkā ir noteikta ar 2013.gada 1.jūliju (Likumprojekts, 2013).

Sadarbībai ar iedzīvotājiem pašvaldības var izmantot arī citas līdzdalības formas, jo likuma "Par pašvaldībām" (1994) 12.pants atļauj tām administratīvās teritorijas iedzīvotāju interesēs brīvprātīgi realizēt iniciatīvas ikvienā jautājumā, ja tas nav Saeimas, Ministru kabineta, ministriju, citu valsts pārvaldes iestāžu, tiesas vai citu pašvaldību kompetencē vai arī šāda darbība nav aizliegta ar likumu. Pašvaldībām Latvijā ir iespējas organizēt socioloģiskās aptaujas, iedzīvotāju sapulces, forumus, iesaistīt NVO vai interešu grupu pārstāvjus pašvaldību izveidotajās komisijās un darba grupās, u.c. Latvijas tiesiskais regulējums neaizliedz arī pašvaldības domei ar balsu vairākumu rosināt konsultatīvu referendumu rīkošanu savā administratīvajā teritorijā.

3. Izpētes metodoloģija

Raksta autore sadarbībā ar Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centru (SKDS) laika periodā no 2012.gada 13. līdz 24.jūlijam veica Latvijas iedzīvotāju aptauju, izmantojot tiešās intervijas metodi respondentu dzīves vietās. Pielietojot stratificēto nejaušo izlasi, tika aptaujāti 1050 Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem, kas ir ģenerālajam kopumam reprezentatīva izlase. Aptaujā tika aptverti visi Latvijas reģioni. Lielākā daļa no aptaujas jautājumiem ir mērīta 10 punktu vērtējuma skalā, kur "1" nozīmē kategorisku noliegumu un "10" – absolūtu piekrišanu. Aptaujas mērķis bija izpētīt, kādas iedzīvotāju līdzdalības formas iedzīvotāji izmanto, kā iedzīvotāji novērtē pašvaldību referendumu ieviešanu, vai to ieviešana veicinātu iedzīvotāju līdzdalības pakāpi un mazinātu uzticības krīzi reprezentatīvajām institūcijām (Seimuškāne, SKDS, 2012).

Izpētes rezultāti ir analizēti SPSS statistikas programmā.

4. Izpētes rezultāti

Viens no aptaujas izpētes virzieniem bija vēlme noskaidrot iedzīvotāju viedokli par pašvaldību referendumiem, kā iedzīvotāji izprot un vērtē šo tiešās līdzdalības formu, kādus ieguvumus vai trūkumus saskata, vai referendumu ieviešana pašvaldību līmenī ietekmētu iedzīvotāju līdzdalības aktivitātes izmaiņas.

43% no aptaujātajiem respondentiem atbalsta pašvaldību referendumu ieviešanu Latvijā, savukārt ⅓ respondentu (34%) neatbalsta. Turpat katram ceturtajam no aptaujātajiem (23%) šajā jautājumā grūti izdarīt savu izvēli. Autoresprāt, aptaujas rezultāti un diezgan lielais svārstīgo atbilžu skaits reflektē attieksmes pret referendumiem duālo dabu pēdējā gada publiskajā retorikā, kurā, no vienas puses, tiek akcentēta iedzīvotāju tiešās līdzdalības, tostarp referendumu nozīme demokrātijas attīstībā, no otras puses, visai bieži ir norādīts uz referendumu procedūras izmantošanu kā politiskās konkurences cīņas metodi un to nozīmes pārspīlēšanu parlamentārā demokrātijā, kā arī uz referendumu organizēšanas augstajām finanšu izmaksām. Satversmes tiesas priekšsēdētājs Gunārs Kūtris jautājumā par referendumiem norāda: "(..) tā ir sava veida politiskās cīņas metode. Tuvojas pašvaldību vēlēšanas un partijām ir jāparāda sava aktivitāte. Slēpjoties aiz demokrātijas aizstāvja lozunga, var sevi pacelt. (..) Tās ir normālas politiskās cīņas metodes, kas nav asiņainas." (Vaivars, Kūtris, 2012.) Šie publiskajā retorikā biežāk sastopamie izteikumi lielā mērā sakrīt arī ar respondentu atbildēm, novērtējot vairākus apgalvojumus par pašvaldību referendumiem – respondenti visbiežāk norādīja, ka ne visi pašvaldības politikas jautājumi būtu izlemjami referendumos (69%), ka to organizēšana ir dārga (64%), iedzīvotāju izpratne par daudziem pašvaldību kompetencē esošiem jautājumiem var būt nepietiekama, kā rezultātā var tikt pieņemti netālredzīgi lēmumi (51%), ka referendumi ir politiskās opozīcijas cīņas ierocis, kurus izmanto politiskā cīņā, lai paustu neapmierinātību ar vēlēšanu rezultātiem (51%).

Aplūkojot pētījuma datus reģionālajā sadalījumā starp Latvijas novadiem un Rīgu, konstatējams, ka vislielākais atbalsts pašvaldību referendumu ieviešanai ir Rīgā (53%), Zemgalē (45%) un Vidzemē (44%), savukārt vismazākais – Latgalē (31%) un Kurzemē (36%). Zīmīgi, ka Latgalē pašvaldību referendumu ieviešanu neatbalsta vairāk kā puse (54%) no aptaujātajiem respondentiem.

Salīdzinot dažādu sociāldemogrāfisko grupu viedokļus jautājumā par pašvaldību referendumu ieviešanas nepieciešamību starp vecuma grupām, vairāk kā vidēji Latvijā (43%) to ieviešanu atbalsta respondenti vecumā no 25 līdz 44 gadiem. Turklāt vecumā no 25 līdz 34 gadiem pašvaldību referendumu ieviešanu atbalsta vairāk puse (52%) aptaujāto respondentu, vecumā no 35 līdz 44 gadiem (48%).

Vērtējot respondentu atbildes par pašvaldību referendumu ieviešanas nepieciešamību pēc izglītības kritērija, vislielāko atbalstu to ieviešanai ir pauduši respondenti ar augstāko un nepabeigtu augstāko izglītību, vairāk kā puse (50,5%) aptaujāto respondentu atbalsta to ieviešanu; viņiem seko respondenti ar vidējo un vidējo speciālo izglītību – 41% respondentu ir par referendumu ieviešanu. Vismazāko atbalstu pašvaldību referendumu ieviešanai ir pauduši respondenti ar pamatizglītību, tikai 34% no šīs respondentu grupas atbalsta referendumu ieviešanu. Viņu vidū ir arī vislielākais neizlēmušo skaits konkrēta viedokļa izvēlei – katram trešajam respondentam ar pamatizglītību ir grūti atbildēt uz šo jautājumu.

Vai pašvaldību referendumu ieviešana veicinātu iedzīvotāju lielāku interesi par sabiedrisko procesu norisi pašvaldībā un aktivizētu iedzīvotāju līdzdalību lēmumu pieņemšanas procesā pašvaldībās?

47% no aptaujātajiem piekrīt, ka to ieviešana veicinātu iedzīvotāju lielāku interesi un līdzdalības aktivitāti, 30% tam nepiekrīt, bet 23% aptaujas dalībnieku uz šo jautājumu bija grūti atbildēt.

Pašvaldību referendumu ieviešana respondentu vērtējumā būtu labs veids, kā pašvaldībai:

- respektēt iedzīvotāju intereses – 51%;
- konsultēties ar iedzīvotājiem – 48%;
- tieši iesaistīt iedzīvotājus dažādu svarīgu jautājumu izlemšanā – 46%;
- izkopt un attīstīt iedzīvotāju piederību, lojalitāti vietējai kopienai, teritorijai – 44%;
- veicināt un attīstīt vietējo demokrātiju – 41%;
- izšķirt diametrālas, nesamierināmas interešu grupu pozīcijas – 36%.

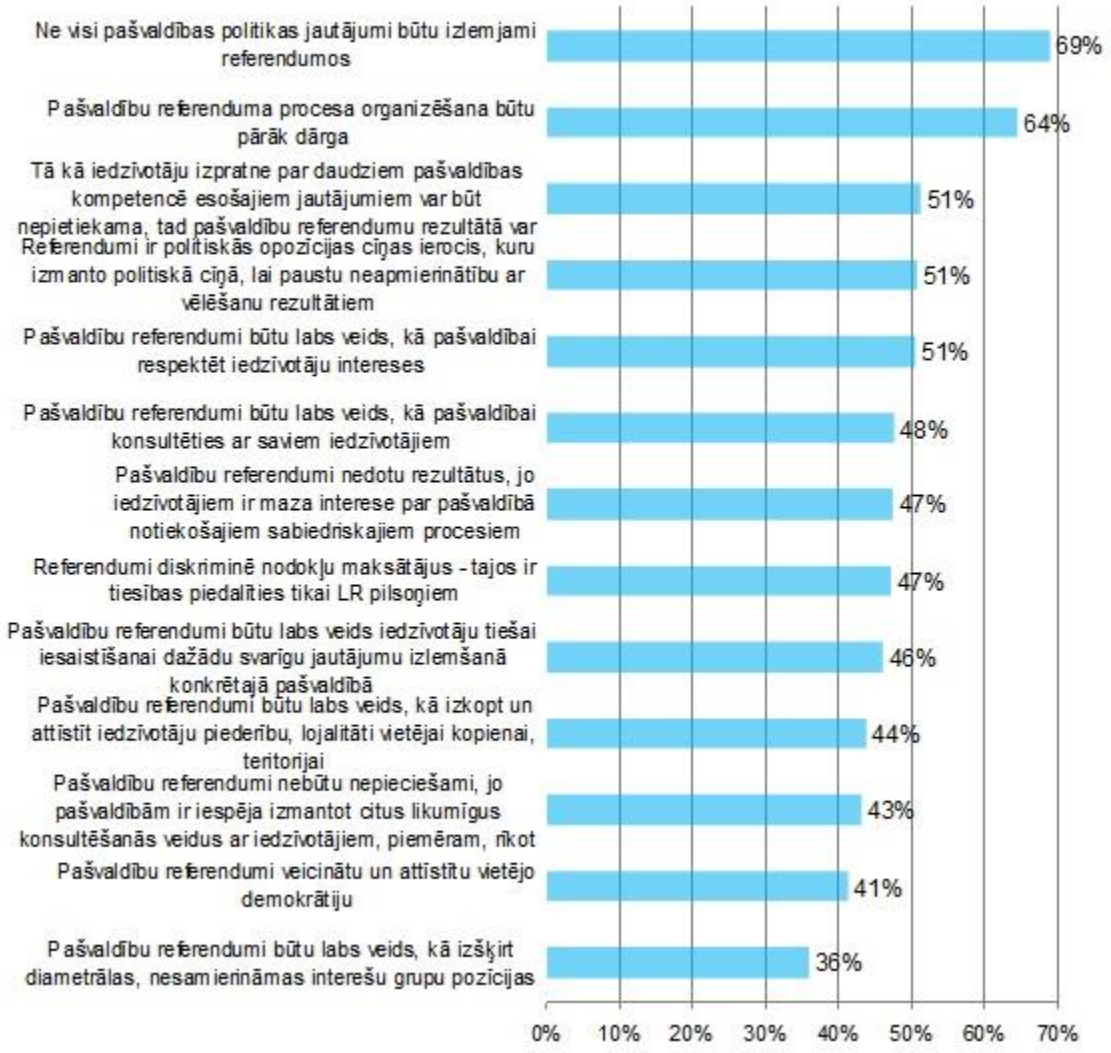
Taču, vērtējot apgalvojumus par pašvaldību referendumiem kā vietējās demokrātijas virzītājspēku un veidu, kā demokrātiskā ceļā izšķirt diametrālas interešu grupu pozīcijas, vairākums no aptaujātajiem (44%) tiem nepiekrīt. Šie rezultāti liek secināt, ka respondentu attieksme pret referendumu kā tiešās līdzdalības veidu tiek vērtēta pozitīvāk nekā ekspektācijas par vietējās demokrātijas attīstību, ko acīmredzot ir ietekmējusi vai nu indivīda paša, vai arī citu indivīdu ne tik pozitīvā personiskā pieredze saskarsmē ar līdzdalības procesa organizāciju un sasniegto rezultātu.

Atbildēs, kuras respondenti ir uzrakstījuši pēc savas brīvas izvēles, uz jautājumu, kāpēc līdzdalība lēmumu pieņemšanas procesā jūsu pašvaldībā šodien ir lielāka, tāda pati vai mazāka nekā pirms 3 gadiem, visbiežāk ir norādīts uz iedzīvotāju zemo politiskās uzticēšanās līmeni; neticību, ka kaut kas var mainīties; iedzīvotāju zemo aktivitāti, neieinteresētību; citām prioritātēm cilvēku dzīvē un iedzīvotāju lielo emigrāciju. Respondentu noskaņojumu raksturo šādi izteikumi: “cilvēki netic, ka var kaut ko mainīt”; “tāpat neuzklausa manu viedokli”; “nekas nemainās, neskatoties uz līdzdalību”; “nevar sasniegt rezultātus un cilvēkiem apnīk protestēt”; “pašvaldība “stāv” tālu no tautas”; “mazāk aktīvu cilvēku palicis” utt.

Aptaujas dalībnieki atzīst šādus problemātiskos aspektus pašvaldību referendumu kontekstā.

Respondentu attieksme pret pašvaldību referendumu ieviešanas ieguvumiem un trūkumiem atspoguļota 1.attēlā.

Salīdzinot dažādu sociāldemogrāfisko grupu attieksmi jautājumā, ka ne visi pašvaldības politikas jautājumi būtu izlemjami referendumos, retāk kā caurmērā šim apgalvojumam piekrita respondenti vecumā no 15 līdz 24 gadiem (61%) un gados visvecākie (55–74) respondenti (67%). Savukārt biežāk nekā caurmērā par šo apgalvojumu ir pārliecināti respondenti vecumā no 25 līdz 54 gadiem.



1. attēls. Respondentu vērtējums par pašvaldību referendumu dažādiem aspektiem

Jautājumā par pašvaldību referendumu organizēšanas augstajām finansiālajām izmaksām aptauja neuzrāda sevišķi lielas atšķirības respondentu uzskatos atkarībā no vecuma un dzimuma. Vislielākais (68%) atbalsts šādam viedoklim ir cilvēkiem vecumā no 45 līdz 54 gadiem, vismazākais – vecumā no 35 līdz 44 gadiem (59%) un no 15 līdz 24 gadiem (61%). Salīdzinot iegūtos datus starp vīriešiem un sievietēm, konstatējams, ka sievietes ir vairāk nekā caurmērā pārliecinātas par to, ka referenduma norise ir dārgs process (67%), nekā vīrieši (61%).

Respondenti visai skeptiski (51%) vērtē pašu iedzīvotāju kompetenci pašvaldību pārvaldības jautājumos, kas, viņuprāt, var veicināt netālredzīgu lēmumu pieņemšanu pašvaldībā. Tas norāda uz joprojām zemu sabiedrības indivīdu kompetences pašnovērtējumu. Savukārt 47% aptaujāto uzskata, ka pašvaldību referendumi nedos rezultātus, jo iedzīvotājiem ir maza interese par pašvaldībā notiekošajiem sabiedriskajiem procesiem.

Pusi (51%) no respondentiem satrauc referenduma kā opozīcijas politiskās cīņas instrumenta izmantošana, lai paustu neapmierinātību ar pašvaldības vēlēšanu rezultātiem. Latvijas politiskās konkurences apstākļos šis faktors ir nozīmīgs vairāku iemeslu dēļ. Pirmkārt, politisko partiju pozīciju izkārtojums ir tāds, ka 88% no Latvijas pašvaldībām šobrīd vada priekšsēdētāji, kuri pēc politiskās piederības piekrīt partijām, kuras parlamentā un valdībā atrodas vai nu opozīcijā valdošajām politiskajām partijām, vai arī ar tām nav politiski saistītas, piemēram, vietējās politiskās apvienības un reģionālās partijas. Otrkārt, referendums kā līdzdalības mehānisms ir jauna tradīcija, sadarbības forma gan pašvaldībai, gan iedzīvotājiem. Tālab rūpīgi izvērtējama ir referenduma rosināšanas optimālās procedūras izvēle, kas, no vienas puses, mazinātu referendumu izmantošanas iespējas politiskajās cīņās, no otras puses, nepadarītu tos par pilsoniskajai sabiedrībai sarežģīti izmantojamu mehānismu vai arī referendumus par bieži nenotikušiem.

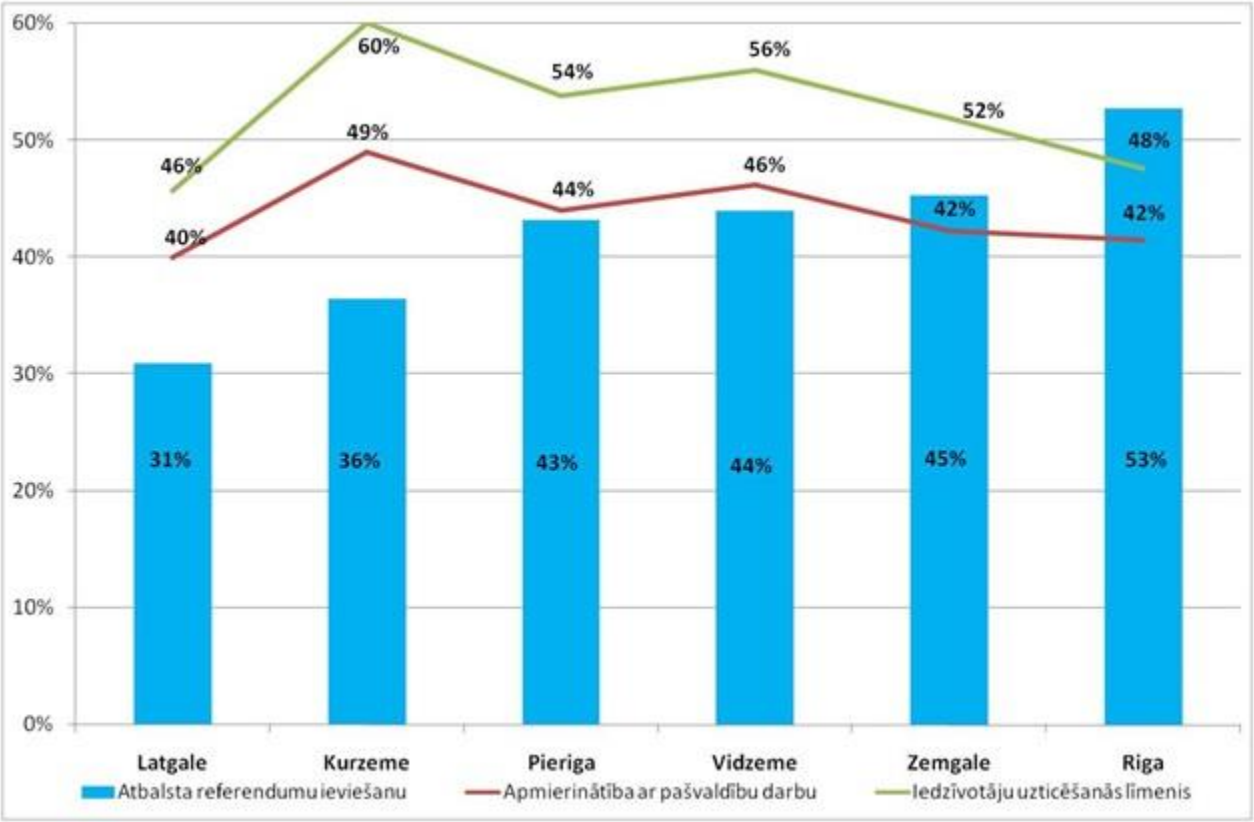
Aptaujas rezultāti uzrāda vairākus problēmjautājumus, ar kuriem ir jārēķinās, transformējot vai pilnveidojot līdzdalības procesa organizāciju pašvaldībās. Tie ir:

- neuzticēšanās publiskās varas institūcijām, ko lielā mērā veicinājusi gan bezatbildīga politika, gan nemākulīga, zema publiskās pārvaldības kvalitāte;
- sabiedriskās pasivitātes dziļās tradīcijas, ko veidojusi gan imitētā līdzdalības forma, gan formāla pārvaldes amatpersonu izturēšanās pret to;
- neticība tam, ka līdzdarbojoties kaut ko var mainīt un ka cilvēku viedoklis tiks ņemts vērā;
- absolūta neieinteresētība un līdzdalības jēgas nesaskatīšana;
- iedzīvotāju zems pašnovērtējums, neticība saviem spēkiem u.c.

Pētījumā par iedzīvotāju līdzdalības dažādiem aspektiem pašvaldībās, jautājot, kāda būtu respondentu rīcība gadījumā, ja pašvaldības dome pieņemtu kādu lēmumu, kas neatbilst pašvaldības iedzīvotāju interesēm, puse (50%) no aptaujātajiem atbildēja, ka viņi neiesaistītos nekādās aktivitātēs, pat ja pašvaldības dome pieņems viņu interesēm neatbilstošu lēmumu. Tikai viena trešdaļa vai 35% aptaujāto atzina, ka uz šādu pašvaldības rīcību viņi reaģēs aktīvi (Seimuškāne, SKDS, 2012).

Pārbaudot sakarību starp atbildēm par atbalstu pašvaldību referendumu ieviešanai vai to neatbalstīšanu un iedzīvotāju uzticēšanās rādītājiem pašvaldībām, atklājas, ka pašvaldību referendumu ieviešanai vismazāko atbalstu ir pauduši iedzīvotāji no tiem reģioniem, kuri tās teritorijā esošajām pašvaldībām uzticas visvairāk – Kurzemē (60%) un vismazāk – Latgalē (46%). Aplūkojot respondentu atbilžu sadalījumu līdzīgā jautājumā par iedzīvotāju apmierinātību ar pašvaldības darbu, iegūtie rezultāti sakrīt ar vērtējumu jautājumā par publisko uzticēšanos, – visapmierinātākie ar savas pašvaldības darbu ir Kurzemē dzīvojošie, savukārt visneapmierinātākie – Latgalē.

Iegūtie pētījuma dati aktualizē nepieciešamību, pētot iedzīvotāju līdzdalības motivāciju, pievērst šim aspektam detalizētāku uzmanību – vai zema iedzīvotāju līdzdalības pakāpe vienmēr nozīmē tikai neapmierinātību, neuzticēšanos publiskās varas institūcijām, neticību tam, ka līdzdarbojoties var kaut ko mainīt, neieinteresētību un līdzdalības jēgas nesaskatīšanu. Vai arī zemas līdzdalības pamatā ir apsvērumi, ka cilvēku ikdienas dzīve un labklājība nekādā veidā netiek apdraudēta; iedzīvotāji ir pārliecināti, ka viņu intereses pašvaldībā ir labi pārstāvētas.



2. attēls. Sakarība starp pašvaldību referendumu ieviešanu, iedzīvotāju uzticēšanās rādītājiem un apmierinātību ar pašvaldību darbu reģionālajā sadalījumā

Sakarība starp pašvaldību referendumu ieviešanu, iedzīvotāju uzticēšanās rādītājiem savai pašvaldībai un apmierinātību ar pašvaldību darbu atspoguļota 2.attēlā.

Secinājumi

Pētījuma rezultāti ļauj izdarīt tālāk uzskaitītos secinājumus un priekšlikumus.

1. Referendums pašvaldībās kā politiska iniciatīva tiek gatavota gala lēmuma pieņemšanai parlamentā, lai pašvaldību referendumi Latvijā tiktu ieviesti no 2013.gada 1.jūlija, taču sabiedrības vairākuma atbalsta šai politikas iniciatīvai pagaidām nav. Vairāk kā puse no aptaujātajiem respondentiem nav izteikusi atbalstu pašvaldību referendumu ieviešanai – ⅓ respondentu (34%) ir pret to ieviešanu un 23% atturējās no konkrētas atbildes izvēles. Tas nozīmē, ka lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju nav nostiprinājusies pārliecība par pašvaldību referendumu ieviešanas nepieciešamību.
2. Vislielāko atbalstu pašvaldību referendumu ieviešanai pauda rīdzinieki (53%), iedzīvotāji ar augstāko vai nepabeigtu augstāko izglītību, vecumā no 25 līdz 44 gadiem. Vismazākais atbalsts pašvaldību referendumu ieviešanai ir Latgalē un Kurzemē, kā arī starp iedzīvotājiem ar

pamatizglītību un vecuma grupās no 15 līdz 24 un no 55 līdz 74 gadiem. Turklāt tieši šo vecuma grupu respondentiem jautājums par pašvaldību referendumu ieviešanu procentuāli visvairāk sagādāja grūtības konkrētas atbildes izvēlei.

3. Respondentu atbildes, vērtējot pašvaldību referendumu ieviešanas priekšrocības un trūkumus, reflektē politiķu un amatpersonu publiski paustos izteikumus par pašvaldību referendumu būtību, dažādiem to aspektiem, ieviešanas nepieciešamību vai noliegumu. Bieži vien politiķu un amatpersonu publiski paustā argumentācija un skaidrojumi ir politisku mērķu motivēti, mazāk profesionālu. Publiskā retorika veido sabiedrības izpratni par konkrēto iniciatīvu un formē attieksmi pret to.
4. Referendums nav absolūti universāls līdzdalības veids, tālab svarīgi ir apzināties ne tikai procedūras pozitīvos aspektus, bet arī trūkumus. Piemēram, par referendumā izvirzīto jautājumu parasti ir iespējamas tikai divas atbildes – jā vai nē, bet citi atbilžu varianti netiek paredzēti. Jaunais likumprojekts "Vietējo pašvaldību referendumu likums" paredz iespēju referendumā izlemt jautājumu par pašvaldības ilgtspējas attīstības stratēģiju. Kā pēc būtības pašvaldības iedzīvotājs lai atbild uz šo jautājumu ar vienkāršu "jā" vai "nē"? Referendumu viens no mīnusiem ir arī šīs procedūras izdevīgums vairākuma interesēm, bet ar tautas nobalsošanu bieži nevar ievērot mazākuma tiesības (Kusiņš, 2012). Vēlams līdzsvarot gan vairākuma intereses, gan mazākuma tiesības.
5. Pašvaldību referendumu ieviešana vien neatrisinās svarīgākos problēmjautājumus līdzdalības procesa organizācijā pašvaldībās. Sākotnēji tie nebūs nedz vietējās demokrātijas virzītājspēks, nedz attīstīs iedzīvotāju piederību, lojalitāti vietējai kopienai. Iegūtie aptaujas dati norāda uz ļoti zemu iedzīvotāju politiskās uzticēšanās līmeni, neapmierinātību ar līdzšinējās politiskās darbības rezultātu, neticību tam, ka līdzdarbojoties ir iespējams ko mainīt, un zemu iedzīvotāju kompetences pašnovērtējumu.
6. Izvērtējamas būtu arī citas, daudz vienkāršāk realizējamas pilsoņu tiešās līdzdalības formas, lai noskaidrotu iedzīvotāju viedokli par vietējai kopienai svarīgu jautājumu, tādējādi apgūstot gan pozitīvu sadarbības praksi, gan jaunu politiskās līdzdalības pieredzi. Taču līdzdalības formu izvēlē vēlams nodrošināt tā pieejamību visām vecuma kategorijām.
7. Latvijas pašvaldībām ieteicams veikt līdzdalības procesa pašnovērtējumu, lai objektīvi izvērtētu procesa stipros un vājos posmus, veiktu revīziju organizatoriskās un lēmumu pieņemšanas procedūrās, izvērtētu to atbilstību iedzīvotāju vajadzībām un komunikācijas formām. Jau šobrīd situācija Latvijā parāda, ka iedzīvotāji sava viedokļa paušanai izmanto sadarbības un komunikāciju veidus ārpus oficiālā līdzdalības ietvara.
8. Referendums kā līdzdalības mehānisms ir jauna tradīcija, sadarbības forma gan pašvaldībai, gan iedzīvotājiem. Svarīgas ir pašvaldības kopējās intereses un attīstība, ne personiskās ambīcijas vai politiskā atriebība. Politisko līdzdalību var iemācīties tikai to praktizējot.
9. Vienlaikus ar tiesisko regulējumu par jaunu tiešās līdzdalības formu izmantošanu pašvaldībās piedāvāt risinājumu, kā viedokļa izteikšanu jeb balsošanu par vietējai kopienai svarīgiem jautājumiem padarīt pēc iespējas vienkāršāku un lētāku.
10. Pārdomājama un politiski atbildīgi ir izsverama referenduma rosināšanas optimālas procedūras izvēle. Pilsoniskas iniciatīvas zema sliekšņa noteikšana, no vienas puses, veicina demokrātiju, no otras puses, tā var tikt izmantota kā nemitīgs politiskās cīņas līdzeklis. Savukārt augsts dalības kvoruma ierobežojums tos var atzīt par bieži nenotikušiem un rezultātā zaudēt savu ekskluzīvo statusu.
11. Pētījuma rezultāti neapstiprina sakarību starp iedzīvotāju apmierinātību ar savas pašvaldības darbu un referendumu ieviešanu kā līdzdalības formu. Pašvaldības referendumu ieviešanai

vismazākais atbalsts ir no to reģionu iedzīvotājiem, kuri ir visapmierinātākie ar savu pašvaldību darbu (Kurzeme) un visneapmierinātākie (Latgale). Tas rosina domāt par atšķirīgiem iemesliem viedokļa formulējumā starp reģionu iedzīvotājiem jautājumā par pašvaldību referendumu ieviešanas nepieciešamību, tomēr pētījuma datu kontekstā nevar apgalvot – jo apmierinātāks iedzīvotājs ar savas pašvaldības darbu, jo vairāk viņš atbalsta pašvaldības referendumu ieviešanu kā tiešās līdzdalības veidu, vai arī – jo mazāk apmierināts iedzīvotājs ar savas pašvaldības darbu, jo vairāk izjūt nepieciešamību pēc referenduma kā iedzīvotāju tiešās līdzdalības veida ieviešanas.

Vai reprezentatīvās demokrātijas institūcijām zaudējot nozīmi, arvien būtiskākas kļūs tiešās demokrātijas līdzdalības formas, būs atkarīgs no iedzīvotāju un pašvaldību sadarbības kvalitātes un iedzīvotāju pārliecības, ka viņu viedoklim ir nozīme pašvaldības politikas veidošanā. Iegūtie pētījuma rezultāti norāda, ka iedzīvotāji visai racionāli vērtē pašvaldību referendumu priekšrocības un trūkumus, kā arī visai pragmatiski izturas pret to ieviešanu.

Lai arī pašvaldību referendumu ieviešana, autores skatījumā, ir atbalstāma līdzdalības forma, taču pētījuma rezultāti parāda, ka šobrīd tās ieviešanai nav pārliecinoša sabiedrības atbalsta, ko, iespējams, ir noteikusi politiskas iniciatīvas strauja virzība bez tai piekrītošās politiskās gribas to profesionāli un pacietīgi skaidrot.

Izmantotās literatūras saraksts

Buchi, R. (2011). Local popular votes in Finland – procedures and experiences. In Schiller, T. (Eds.), *Local direct democracy in Europe* (202 0150226). Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Congress of Local and Regional Authorities. Governance Committee. 21th Sesssion CG (21)3., (2011). *Citizen participation at local and regional level in Europe.*[tiešsaite] [Skatīts 02.02.2013] https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1854777&Site=Congress

European Commision. Standart Eurobarometer 78 (Autumn, 2012). *Public opinion in the European Union,* [tiešsaite] [Skatīts 04.02.2013] *http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb78/eb78_en.htm*

European Commision. Standart Eurobarometer 78 (Autumn, 2012). *Public opinion in the European Union,* [tiešsaite]. [Skatīts 04.02.2013]. *http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb78/eb78_anx_en.pdf*

Likums *Latvijas Republikas Satversme* (1922). [tiešsaite] [Skatīts 26.01.2013]. http://www.likumi.lv/doc.php?id=57980

Likums *Par pašvaldībām* (1994). [tiešsaite] [Skatīts 01.02.2013]. http://www.likumi.lv/doc.php?id=57255

Likumprojekts Vietējo pašvaldību referendumu likums (2013). [tiešsaite] [Skatīts 16.01.2013]. http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=40241464

Levits, E. (2003). Pašvaldību likuma koncepcija, [tiešsaite]. [Skatīts 14.01.2013]. http://www.public.law.lv/ptilevicpasvaldiba.html

Kusiņš, G.(2011). 101. Ikvienam Latvijas pilsonim ir tiesības likumā paredzētajā veidā piedalīties valsts un pašvaldību darbībā, kā arī pildīt valsts dienestu. *Latvijas Republikas Satversmes komentāri.* Autoru kolektīvs. Latvijas Vēstnesis, 384.–385.lpp.

Kusiņš, G. (2012). Referāts *Satversmes kodols un tautas nobalsošana.* Prezentācija Centrālās vēlēšanu komisijas un LU konferencē *Tautas gribas aritmētika: vēlēšanas un referendumi Latvijā,* LU, 20.07.2012.

Premat, C. (2006). Direct democracy in a Comparative Perspective. *Taiwan Journal of Democracy,* Volume 2, Nr.1 (137–142). http://www.tfd.org.tw/docs/dj0201/Christophe%20Premat.pdf

Ruus, J. (2011). Democratic participation at the local level in post-communist states: Estonia, Latvia, Lithuania. In Schiller, T. (Eds.), *Local direct democracy in Europe,* Springer Fachmedian Wiesbaden GmbH, pp. 268–289.

Seimuškāne, L., Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs (SKDS). (2012). *Aptauja Iedzīvotāju līdzdalības procesa novērtējums Latvijā,* veikta Latvijā 13.–24.07.2012.

Vaivars, A., Kūtris, G. (2012). Vismaz ārēji spēlējam demokrātiju. *Biznesa žurnāls Lietišķā Diena,* 15.–24.08.2012.

Vanags, E. (2007). *Valsts pārvaldes reformas ārvalstīs un Latvijā.* Rīga: Latvijas Statistikas institūts, 103 lpp.

Vanags, E., Vanags, I., Krastiņš, O. (2006). *Pašvaldību pirmais pašvērtējums*. Rīga: Latvijas Statistikas institūts, 130 lpp.

Vanags, E., Vilka I. (2005). *Pašvaldību darbība un attīstība.* Rīga: Latvijas Universitātes Akadēmiskais apgāds, 382 lpp.

KOMUNIKĀCIJAS LOMA LATVIJAS VALSTS PĀRVALDĒ: TENDENCES UN IZAICINĀJUMI

ROLE OF COMMUNICATION IN LATVIAN PUBLIC ADMINISTRATION: TRENDS AND CHALLENGES

Līga Mirlina
Biznesa augstskola Turība, Latvija

An effective functioning of the contemporary public administration needs the support and partnership of the society, especially due to the observed tendency of the decrease of the administrative influence. The necessity to consider the reaction of the society and mass media obliges to inform about and develop public understanding of the decisions made by the public administration, particularly, the unpopular ones, as well as to ensure an opportunity for the individuals to get involved in the decision making process. In other words, the regulation of the state needs increasingly more the public acceptance and approval, both responding to the public position and desires and creating common values and standards that in one way or another may be achieved by a successful communication process. Thus, the role of communication in the public administration performance increases. It is possible to mark two important changes – firstly, the goal of the public communication is not just increasing the public awareness, but also the public involvement in the state development, and, secondly, it impacts the methods and ways of the public communication. In order to understand the role of a successful communication in the public administration processes, the author of the present article has studied the tendencies and challenges in the transformation of the relations of the public administration, non-governmental organisations and mass media during several state reform development stages in Latvia, and has drawn relevant conclusions.

***Atslēgas vārdi**: komunikācija, valsts pārvalde, sabiedrības līdzdalība.*

Ievads

Demokrātiskā valstī sabiedrības vajadzībām atbilstošu valsts pārvaldes lēmumu sagatavošana un pieņemšana nav iespējama bez valsts pārvaldes dialoga ar sabiedrību, jo komunikācijas procesā tiek paustas un apzinātas sabiedrības gaidas un vēlmes, tiek saskaņotas dažādu sabiedrības grupu vajadzības un intereses, kā arī tiek meklēts sabiedrības atbalsts topošiem un pieņemtiem lēmumiem. Līdz ar to demokrātiskā sabiedrībā nozīmīga loma ir attiecību kompleksam: valdība, valsts pārvalde, masu mediji, nevalstiskās organizācijas un sabiedrība, kas pamatā ir balstīts uz mijiedarbību, t.i., divvirzienu komunikācijas modeli. Komunikācija ir ne tikai valsts pārvaldes instruments tiešai iedzīvotāju reakcijai, t.i., sabiedrības uzvedība atbilstoši kādam jaunam normatīvajam aktam, bet arī veicina stratēģisku valsts pārvaldes mērķu sasniegšanu, proti, valsts pārvaldes un dažādu sabiedrības grupu viedokļu optimizāciju.

Mūsdienu Latvijas valsts pārvaldes darbībā kopš valsts neatkarības atjaunošanas ir saskatāmas tendences attīstīt divvirzienu komunikācijas starp valdību un sabiedrību, lai nodrošinātu sabiedrības informēšanu un izpratnes veidošanu par valsts pārvaldes pieņemtajiem lēmumiem, kā arī lai veicinātu sabiedrības līdzdalību valsts pārvaldes lēmumu sagatavošanas un pieņemšanas procesā. Rakstā ir

iezīmēti attīstības virzieni Latvijas valsts pārvaldes komunikācijā, kas vērsta uz mijiedarbības veidošanu starp valsts pārvaldi un iedzīvotājiem, nodrošinot sabiedrības interešu saskaņošanu un veicinot sabiedrības vajadzībām atbilstošākā un optimālākā valsts pārvaldes lēmuma pieņemšanu. Novērtējot komunikācijas lomu un funkcijas, kā arī izmantotās metodes valsts pārvaldē, ir pētīti arī izaicinājumi valsts pārvaldei un tās komunikācijai, kas ir saistīti ar to, kā veicināt sabiedrības iesaistīšanos un sava potenciāla un zināšanu izmantošanu valsts izaugsmē, kā nodrošināt optimālu sabiedrības pārvaldību, kā sekmēt ikviena indivīda līdzatbildību un iesaistīšanos, kad vērojama sabiedrības distancēšanās no valsts un zema uzticēšanās valsts pārvaldes institūcijām.

1. Valsts pārvaldes komunikācijas attīstības posmi

Demokrātiskās sabiedrības pastāvēšanai un valsts labklājības attīstībai nozīmīgas ir četru galveno sabiedrības elementu – indivīds, pilsoniskā sabiedrība, privātais sektors un valsts – savstarpējā mijiedarbība. Pie tam daudzi pētnieki uzsver, ka postindustriāla sabiedrība, veidojoties kā sociālās labklājības valsts, daudzkāršoja tādas attiecības un apstākļus, kurus nevarēja adekvāti regulēt, izmantojot tīri publisko vai tīri privāto tiesību institūtus (*Habermass*, 1989). Tie prasīja, lai tiktu ieviestas tā sauktās sociālās likumdošanas normas. Citiem vārdiem sakot, valsts regulēšanai aizvien vairāk bija nepieciešams sociāls akcepts un piekrišana, kuru sabiedrība tagad var nodrošināt, veidojot kopējas vērtības un normas. Un tas vairs nav iespējams ārpus masu komunikācijas procesa, līdz ar to valsts pārvaldes darbība nav iedomājama bez komunikācijas, kuras attīstību katrā konkrētā valstī ietekmē gan tās likumdošana, gan valsts iekārta, gan tās sociālā vide. Tomēr ir vērojamas arī kopīgas tendences.

Sanktpēterburgas Valsts Universitātes Filozofijas un politoloģijas katedras docents Arkādijs Rusakovs, analizējot komunikācijas attīstību valsts pārvaldē un apkopjot dažādu valstu praksi, atzīmē trīs attīstības posmus (*Rusakov*, 2006, 19). Pirmais posms no 20.gs. 20-tajiem gadiem līdz 20.gs. vidum, kad, pieaugot sapratnei par nepieciešamību informēt sabiedrību par valsts pārvaldes darbību, tiek veidotas pirmās komunikācijas struktūrvienības valsts pārvaldē un attīstīts sabiedrības informēšanas darbs. Otrajā posmā no 20. gs. vidus līdz 20. gs. 90-tajiem gadiem ir vērojama arvien lielāka sabiedrības aktivitāte, vērtējot valsts pārvaldes darbu, un iesaistīšanās valsts pārvaldes procesos. Tādējādi rodas nepieciešamība ne tikai nodrošināt sabiedrības informēšanu, bet arī veicināt sabiedrības izpratni un atbalstu valsts pārvaldei, skaidrojot un pamatojot valsts pārvaldes pieņemtos lēmumus. Arvien vairāk valsts pārvaldē veidojas izpratne, ka sabiedrības attieksme pret valsts pārvaldi, tās tēls sabiedrībā ir viens no faktoriem, kas var ietekmēt valsts pārvaldes darbības efektivitāti. Trešajā posmā no 20.gs. 90.-tajiem gadiem līdz mūsdienām valsts pārvaldes komunikāciju ar sabiedrību būtiski ietekmē informācijas tehnoloģiju attīstība un komunikācijas kanālu daudzveidība, kas mudina valsts pārvaldes institūcijas pārskatīt gan komunikācijas lomu, gan pielietotās komunikācijas metodes.

Nīderlandes pētnieks Pīters Jansens, analizējot komunikācijas lomu un attīstību savas valsts pārvaldē, atzīmē četrus posmus (*Jansen*, 2010). Pirmajam posmam "About" 1950.-tajos – 1960.-tajos gados ir raksturīga sabiedrības informēšana par valsts pārvaldes ikdienas darbu, nevis pieņemtajiem vai plānotajiem lēmumiem. Tā ir izteikti vienvirziena komunikācija, kurā dominējoša loma ir valsts institūcijām kā komunikācijas iniciatoriem. Šajā posmā vienīgo atgriezenisko saiti nodrošina žurnālistu interese un uzdotie jautājumi par valsts pārvaldes darbu. Otrajā posmā "As" 1970.-tajos – 1980.-tajos gados noris pāreja no pasīvās uz aktīvo komunikāciju, valsts pārvaldes lēmumu pieņemšanas procesā un komunikācijā iesaistot sabiedrību. Trešajā posmā "For" no 1980.-to gadu beigām līdz 1990.-tajiem

gadiem attīstās interaktīvā komunikācija, kad komunikācija valsts pārvaldē sāk kļūt kā nozīmīga daļa no politikas veidošanas procesa un lēmumu pieņemšanā arvien vairāk tiek iesaistīti komunikācijas speciālisti. Ceturtajā posmā "In" no 21.gs. valsts pārvaldes komunikācija jau ir neatņemama daļa no politikas veidošanas.

Pievēršoties komunikācijas attīstībai atjaunotās Latvijas Republikas valsts pārvaldē, var minēt, ka Latvijas valsts pārvaldes komunikācijas stratēģiskie mērķi pirmoreiz tika definēti 1995.gadā, Ministru kabinetam pieņemot "Valsts reformu koncepciju", kurā viens no reformas virzieniem tika vērsts uz jaunu valsts varas un sabiedrības attiecību modeļa ieviešanu. Tā mērķis bija nodrošināt iedzīvotāju iesaistīšanos un ieinteresētību valsts pārvaldes procesos, kā arī iespēju katram sabiedrības loceklim iegūt aktuālu, skaidri uztveramu un precīzu informāciju par valsts pārvaldes darbību un attiecībām starp valsti un sabiedrību (Latvijas Valsts reformu koncepcija, 1995).

No 2001.gada līdz 2007.gadam komunikācijas politiku valsts pārvaldē noteica Ministru kabinetā apstiprinātās "Valdības komunikācijas politikas pamatnostādnes", kuru mērķis ir valsts pārvaldes un iedzīvotāju efektīva mijiedarbība. Pamatnostādnēs tika noteikti valdības komunikācijas principi un galvenie uzdevumi, kuri tika vērsti uz sabiedrības līdzdalības palielināšanu lēmumu sagatavošanas un pieņemšanas procesā, uz sabiedrības izpratnes veidošanu par valsts pārvaldes darbu, kā arī uz valsts pārvaldes komunikācijas darba organizācijas sistēmas sakārtošanu (Valdības komunikācijas pamatnostādnes, 2001). Kopš 2001.gada Valsts kancelejā darbojas Valdības komunikācijas koordinācijas padome. Tā ir Ministru kabineta izveidota konsultatīva koleģiāla institūcija, kuras mērķis ir koordinēt ministriju un īpašu uzdevumu ministru sekretariātu darbību komunikācijas jomā, lai pilnveidotu sabiedrības informēšanas procesu par valdības un valsts pārvaldes institūciju darbu un veicinātu sabiedrības iesaistīšanu lēmumu pieņemšanas procesā.

Tātad var secināt, ka Latvijas valsts pārvaldes darbībā kā komunikācijas stratēģisks mērķis ir izvirzīta divvirzienu komunikācijas veidošana starp valdību un sabiedrību. Turpinot valdības komunikācijas pēctecību 2007.gadā izstrādātās "Valdības komunikācijas politikas pamatnostādnes 2008.–2013.gadam" kā politikas mērķi definēja valsts pārvaldes un sabiedrības efektīvas mijiedarbības nodrošināšanu. Pamatnostādņu galvenie virzieni bija vērsti uz stratēģiskas un koordinētas valdības komunikācijas īstenošanu, definējot komunikāciju kā politikas veidošanas neatņemamu sastāvdaļu, uz efektīva valdības un sabiedrības dialoga veidošanu, īstenojot komunikācijas un līdzdalības integrāciju visos politikas izstrādes un īstenošanas posmos un līmeņos, kā arī uz klientu apkalpošanas kultūras ieviešanu valsts pārvaldē, nodrošinot iedzīvotāju vajadzībām atbilstošus pakalpojumus (Valdības komunikācijas pamatnostādnes, 2008).

Savukārt 2010.gadā, balstoties uz Deklarācijas par Valda Dombrovska vadītā MK iecerēto darbību 4. punktu, kas nosaka, ka valdībai ir jānodrošina sabiedrības atbalsts un piedalīšanās krīzes pārvarēšanai, sadarbojoties ar valdības sociālajiem partneriem un informējot sabiedrību par pieņemtajiem lēmumiem, līdzšinējo "Valdības komunikācijas politikas pamatnostādņu" vietā 2010.gadā tika izstrādāts komunikācijas pasākumu plāns valsts krīzes seku pārvarēšanas periodam – līdz 2012.gadam, kā mērķi nosakot nodrošināt plānotu, saskaņotu un koordinētu komunikāciju par valsts būtiskākajām darbības prioritātēm un lēmumiem sociāli ekonomiskās un politiskās krīzes laikā (Valsts pārvaldes komunikācijas un koordinācijas pasākumu plāns, 2010). Lai arī šis plāns netika akceptēts valdībā, jāatzīmē, ka valsts pārvaldes komunikācijas darbs ir vērsts uz atklātas un efektīvas komunikācijas īstenošanu visos valsts pārvaldes līmeņos, kas sekmētu demokrātisku, leģitīmu, kā arī efektīvu valsts

pārvaldes darbību un lēmumu pieņemšanu. Tomēr, neraugoties uz pieņemtajiem dokumentiem komunikācijas lomā un valsts pārvaldes institūciju centieniem veidot mijiedarbību un dialogu starp valsts pārvaldi un sabiedrību, iedzīvotāju ieinteresētība un līdzdalība valsts pārvaldes lēmumu sagatavošanas un pieņemšanas procesos un uzticēšanās valsts varas institūcijām ir samērā zema.

Tātad, novērtējot Latvijas valsts pārvaldes komunikācijas attīstību, balstoties uz reglamentējošiem politikas plānošanas dokumentiem, ir saskatāmi trīs galvenie attīstības posmi. Pirmajā posmā valsts reformu procesu sākumā no 1990.-to gadu sākuma līdz 1990.-to gadu beigām kā valdības komunikācijas stratēģisks mērķis bija izvirzīts – iedzīvināt sabiedriskās attiecības un komunikāciju kā neatņemamu valsts pārvaldes darbības sastāvdaļu. Kopš 1995.gada valdības komunikācijā pirmoreiz atjaunotajā valstī tiek īstenotas plašas sabiedrības informēšanas kampaņas, kā galveno mērķi šajā posmā izvirzot iedzīvotāju informēšanu par viņu tiesībām un pienākumiem attiecībās ar valsti. Tajā pat laikā arī vērojama tendence, ka sabiedrības informēšanas resursi tiek izmantoti institūcijai vai politiķa publicitātes veicināšanai. Otrajā posmā no 2001.gada, Ministru kabinetam apstiprinot "Valdības komunikācijas politikas pamatnostādnes", valsts pārvaldes darbībā tiek akcentēta sabiedrības un valdības mijiedarbības veidošana, vienlaikus mēģinot veicināt sadarbību un koordināciju starp ministrijām. Savukārt trešajā posmā kopš 2008.gada valdības komunikācijas īstenošanā iezīmējās integrētās mārketinga komunikācijas pieeja. Jaunas izmaiņas notikušas ekonomiskās krīzes ietekmē 2010.gadā, kad, samazinoties finansējumam un darbinieku skaitam, meklētas jaunas komunikācijas iespējas, arvien vairāk ieviešot dažādus e-risinājumus, tostarp arī sociālo mediju izmantošanu. Tādējādi tiek meklētas un apzinātas jaunas iespējas un pieejas valsts pārvaldes komunikācijas veidošanā.

2. Izpratne par komunikācijas lomu un izmantotās metodes Latvijas valsts pārvaldē

Pētot pastāvošo praksi dažādās Latvijas valsts pārvaldes iestādēs un novērtējot komunikācijas nozīmi valsts pārvaldē, autores veiktā izpēte liecina, ka vairums valsts pārvaldes komunikācijas speciālisti izprot komunikāciju kā stratēģisku valsts pārvaldes funkciju, kas realizējama visos lēmumu pieņemšanas procesa posmos: gan izpētes, gan lēmuma pieņemšanas, gan realizācijas, kā arī ieviešanas novērtējuma laikā. Tomēr šis optimālais komunikācijas modelis, kas lielā mērā ir ietverts arī iepriekšminētajās valdības komunikācijas pamatnostādnēs, ne vienmēr tiek īstenots, un komunikācija bieži tiek uztverta nevis kā iespēja veidot dialogu ar sabiedrību, bet gan tikai kā sabiedrības informēšana par valsts pārvaldes darbu, turklāt pamatā izmantojot tikai vienu kanālu – masu medijus. Līdz ar to samērā nepilnīgi ir izmantotas komunikācijas iespējas viedokļu apmaiņas veidošanā starp valsts pārvaldi un sabiedrību, kas ļautu gan izzināt sabiedrības vajadzības un gaidas, gan novērtēt iespējamo lēmumu ietekmi uz sabiedrības vajadzībām un palīdzētu izskaidrot valsts pārvaldes pieņemto lēmumu nozīmi.

Valsts pārvaldes institūciju komunikācijas speciālisti kā būtiskākās valsts pārvaldes komunikācijas problēmas min komunikācijas daudzpusīgās nozīmes nenovērtēšanu un tās sniegto iespēju nepilnīgu izmantošanu, resursu (finanšu un cilvēkresursu) nepietiekamību, kas ierobežo komunikācijas iespējas, reizēm arī komunikācijas speciālistu atbilstošas kvalifikācijas un izpratnes trūkumu. Mijiedarbības veidošanu starp valsts pārvaldi un sabiedrību un līdz ar to divvirzienu komunikācijas attīstību kavē tas, ka reizēm sastopama nepietiekama sabiedrības iesaistīšana lēmumu pieņemšanā, un nereti arī gadījumos, kad tā tiek veikta, izpildot formāli un virspusēji. To kavē arī zemā sabiedrības ieinteresētība un nepietiekamā vēlme iesaistīties valsts pārvaldes lēmumu pieņemšanas procesos. Līdz ar to vairumā

gadījumu valsts pārvaldes iestāžu komunikācijā lielākā loma ir atvēlēta sabiedrības informēšanai, kaut gan ir vērojama virzība uz lielāku sabiedrības iesaisti. Maz uzmanības tiek veltīts tādam aspektam kā valstiskas pašapziņas audzināšana, kas radītu sabiedrības pārliecību un uzticību šai valstij.

Apkopojot ekspertu viedokļus par galvenajiem komunikācijas uzdevumiem valsts pārvaldē, jāsecina, komunikācijas speciālisti to novērtē kā ļoti būtisku, jo demokrātiskā sabiedrībā svarīga ir viedokļu apmaiņa starp valsts pārvaldi un sabiedrību, pie tam valsts pārvaldes komunikācijas speciālisti akcentē nepieciešamību attīstīt divvirzienu komunikāciju, veidojot dialogu un iesaistot sabiedrību lēmumu pieņemšanas procesos, tādējādi neaprobežojoties tikai ar sabiedrības informēšanu. Nenoliedzami svarīgs un sarežģīti īstenojams uzdevums ir valsts pārvaldes iestādes tēla veidošana, ko ietekmē gan sapratne un atbalsts no iestādes vadības puses, gan arī komunikācijas struktūrvienību spēja pārliecināt kolektīvu par iestādes tēla veicinošu rīcību. Bieži vien komunikācijas speciālistu pienākumos ietilpst arī konsultāciju sniegšana iestādes vadībai komunikācijas jautājumos, kas pamatā aptver sadarbību ar masu medijiem, retāk – lēmuma iespējamo ietekmi uz sabiedrisko domu, līdz ar to ne vienmēr komunikācija tiek izmantota kā stratēģisks instruments.

Aplūkojot valsts pārvaldes komunikācijā izmantotās metodes, visbiežāk valsts pārvaldes iestāžu komunikācijas darbā tiek pielietotas mediju attiecības, ietverot gan preses relīzes, preses konferences, tikšanās ar žurnālistiem, intervijas, taču vienlaikus komunikācijas speciālisti norāda, ka arvien retāk tiek izmantotas preses konferences un brīfingi. Tāpat valsts pārvaldes iestāžu komunikācijas struktūrvienību vadītāji kā nozīmīgu komunikācijas uzdevumu min sabiedrības iesaisti, kas tiek nodrošināta, organizējot darba grupas, sabiedriskās apspriešanas, konsultācijas. Atsevišķās iestādēs apmeklētājiem ir izveidoti arī informācijas centri vai vienas pieturas aģentūras, dažas iestādes izdod elektroniskos izdevumus noteiktām mērķauditorijām. Samērā maz valsts pārvaldes komunikācijā tiek izmantoti un veikti padziļināti un visaptveroši pētījumi, lai novērtētu īstenotās komunikācijas ietekmi un noteiktu sabiedrības attieksmi un vajadzības. Kā atzīst iestāžu komunikācijas struktūrvienību vadītāji, šādiem pētījumiem nepietiek finanšu līdzekļu. Visbiežāk pētniecība aprobežojas ar mediju monitoringu vai kontentanalīzi, kā arī mājas lapas statistiku un komunikācijas aktivitāšu uzskaiti. Ierobežoto finanšu resursu dēļ samērā reti tiek izmantotas komunikācijas kampaņas, speciālie pasākumi vai sociālās reklāmas. Tikai atsevišķos vai īpašos gadījumos iestādes ir rīkojušas komunikācijas kampaņas ar maziem budžetiem vai ar Eiropas Savienības finansējumu attiecīgo programmu ietvaros. Savukārt kā samērā attīstīta joma ir minama iestāžu sadarbība ar nevalstiskajām organizācijām, kuras ir gan nozīmīgs informācijas ieguves avots, gan tiek iesaistītas lēmumu pieņemšanas procesos, rīkojot regulāras sanāksmes, apspriedes, darba grupas. Pakāpeniski ir vērojama dažādu jaunu komunikācijas metožu attīstība: gan komunikācija ar informatīvā e-pasta starpniecību, gan iestāžu mājas lapu pilnveidošana, gan sociālo mediju izmantošana.

Vērtējot pēdējos trijos gados notikušās izmaiņas valsts pārvaldē, ko lielā mērā ir noteikuši ierobežotie finanšu resursi valsts pārvaldē, komunikācijas struktūrvienību vadītāji uzsver, ka, taupot budžeta tēriņus, vairākās valsts pārvaldes iestādēs ir likvidētas komunikācijas un sabiedrisko attiecību struktūrvienības vai samazināts darbinieku skaits šajās struktūrvienībās. Komunikācijas struktūrvienību vadītāju viedokļi šajā jautājumā sakrīt, proti, ka komunikācijas funkcijas valsts pārvaldē ir jāstiprina, nevis – jāvājina, jo tieši apstākļos, kad tiek pieņemti daudzi nepopulāri lēmumi, izskaidrojošais un pamatojošais darbs ir ļoti nozīmīgs. Vienlaikus jāatzīmē, ka šāda tendence ierobežotu finanšu resursu apstākļos, reorganizējot vai pat likvidējot komunikācijas vai sabiedrisko attiecību struktūrvienību, liecina par to, ka vadībai nav pietiekamas izpratnes par komunikācijas nozīmību un iespējām.

Tomēr šīs izmaiņas Latvijas valsts pārvaldes komunikācijā, kas radušās ekonomiskās krīzes ietekmē, valsts pārvaldes institūcijām optimizējot savas funkcijas, vienlaikus ir arī veicinājušas valsts pārvaldes komunikācijā nepieciešamību meklēt jaunus komunikācijas kanālus un formas. Piemēram, ministrijās komunikācijas funkciju veicēju skaits ir samazinājies par vienu trešdaļu: 2010.gadā ministriju komunikāciju nodrošināja 67 speciālisti, 2007.gadā – 96 speciālisti (Valsts pārvaldes komunikācijas un koordinācijas pasākumu plāns, 2010). Tādējādi Latvijas valsts pārvaldes komunikācijā arvien vairāk nepieciešams izmantot komunikācijas speciālistu zināšanas, jaunāko informācijas un komunikācijas tehnoloģiju iespējas, kā arī jaunrades pieeju, attīstot tādas aktivitātes kā mediju attiecību veidošana, mājaslapu pilnveidošana un aktualizācija, sociālo mediju un dažādu e-risinājumu izmantošana, diskusiju, semināru un citu pasākumu rīkošana.

Kā viens no būtiskākajiem jauninājumiem ir paredzama arvien plašāka sociālo mediju izmantošana Latvijas valsts pārvaldes komunikācijā. Valsts kancelejā norit arī darbs pie vadlīniju izstrādes sociālo platformu izmantošanai valsts pārvaldes iestāžu darbā. Vienlaikus jāmin, ka jau kopš 2009.gada Valsts kanceleja un arī citas iestādes ir attīstījušas jaunus kanālus komunikācijai ar iedzīvotājiem. Valsts kanceleja ir izveidojusi ziņu kontu mikroblogošanas portālā Twitter.com, kuram šobrīd ir 4909 sekotāju, foto albumu interneta servisā Flickr.com, kurā publicētas 6133 fotogrāfijas no Ministru prezidenta, Ministru kabineta un Valsts kancelejas pasākumiem, kā arī Valsts kancelejas kanālu YouTube kontā, kura skatījuma skaits ir bijis 31 584 un kuram ir 106 abonenti. Papildus tam pastāv arī Ministru kabineta sēžu vadības sistēma ePortfelis, nodrošinot iespēju saņemt Valsts sekretāru sanāksmes, MK komitejas un sēžu materiālus, kā arī MK mājaslapā ir pieejama iespēja parakstīties uz jaunumu saņemšanu par konkrētu jomu tiesību aktu projektiem. Pašlaik ePortfeļa pakalpojumam ir vairāk kā 1000 lietotāju, tai skaitā NVO pārstāvji, savukārt jaunumu saņemšanu izmanto ap 1400 lietotāju (Dreimane, 2011).

Tādējādi var secināt, ka pagaidām sociālo mediju un e-iespēju lietotāju skaits Latvijas valsts pārvaldes komunikācijā ir samērā neliels, lai gan Eiropas iedzīvotāji arvien biežāk izmanto jaunas formas sava viedokļa paušanai, un arī Latvijas iedzīvotāju aktivitāte jauno publisko diskusiju formu izmantošanā kopumā ir vērtējama kā augsta. Interneta forumi un komentāri, sociālie tīkli, emuāri un mikroblogi ir biežāk sastopamās jaunās publisko diskusiju formas, kurās ne tikai iespējams informēt sabiedrību un veidot tās viedokli par būtiskiem jautājumiem, bet arī veicināt iedzīvotāju sadarbību kopēju sociālu problēmu risināšanā.

Tiešsaistes, uz sadarbību balstītā, valsts pārvaldē, izmantojot sociālos tīklus, emuārus un citas jaunās komunikācijas metodes, mainās komunikācijas veids, kādā tā mijiedarbojas ar sabiedrību un dalās ar informāciju. Sociālo mediju izmantošana ir neatņemama, lai attīstītu jaunas, uz sadarbību balstītas, valsts pārvaldes iespējas. Lai gan sociālie mediji līdz šim lielākoties ir tikuši pielietoti nevalstiskām un vairāk sociālām vai uz patērētāju koncentrētām aktivitātēm, piemēram, tiešsaistes tīklošana, situācija sāk mainīties. Komercuzņēmumi aizvien vairāk izmanto sociālos medijus, lai vairāk iepazītu savus klientus, izveidotu zīmola apzināšanos un dalītos ar zināšanām. Šobrīd Latvijas valsts pārvaldes sektors cenšas atpalikt no vispārējās iedzīvotāju un biznesa kopienas dažādu komunikācijas tehnoloģiju izmantošanā, veidojot komunikāciju ar sabiedrību.

3. Valsts pārvaldes komunikācijas turpmākās attīstības iespējas

Mūsdienās Eiropas Savienības dalībvalstīs gan ES institūcijām, gan dalībvalstu valdībām un citām valsts pārvaldes institūcijām, meklējot izeju no ekonomiskās krīzes, kā galvenie valsts izaugsmes virzītājspēki tika izvirzīti zināšanas un jaunrade, ieviešot reformas un īstenojot dažāda veida atbalsta programmas. Arī Latvijas valsts attīstība vairākos stratēģiskos dokumentos tiek saistīta ar zināšanām un jaunradi. Latvijas Stratēģiskās attīstības plānā 2010.–2013.gadam viens no rīcības virzieniem – valsts ekonomiskās izaugsmes veicināšana ir balstīta uz zināšanu ekonomikas attīstību (Latvijas Stratēģiskās attīstības plāns, 2010). Arī iepriekš Latvijas Nacionālajā attīstības plānā kā stratēģiskais mērķis bija izvirzīta izglītība un zināšanas tautsaimniecības izaugsmei un tehnoloģiskai izcilībai, balstoties uz trijām prioritātēm: uz izglītotu un radošu cilvēku, uzņēmumu tehnoloģisko izcilību un elastību, kā arī uz zinātnes un pētniecības attīstību. Savukārt Latvijas ilgstpējīgas attīstības stratēģijā līdz 2030.gadam, formulējot Latvijas nākotnes vīziju, teikts, ka "nācijas stiprums sakņosies mantotajās, iepazītajās un jaunradītajās kultūras un garīgajās vērtībās [..]. Tas vienos sabiedrību jaunu, daudzveidīgu un neatkārtojamu vērtību radīšanai ekonomikā, zinātnē un kultūrā, kuras novērtēs, pazīs un cienīs arī ārpus Latvijas." (Ķīlis u.c., 2010)

Jāuzsver, ka jaunrades lomas pieaugums valsts attīstībā un jaunas sociālas – radošās – šķiras veidošanās ir radījusi sociālo un ekonomisko transformāciju. Vienlaikus tas prasa arī izmaiņas valsts pārvaldē, t.i., radošai un inovatīvai sabiedrībai nepieciešama radoša un inovatīva valsts pārvalde, kura, kalpojot savas valsts iedzīvotājiem un veicinot sabiedrības labklājību un valsts izaugsmi, spēj reaģēt uz sabiedrības gaidām un vajadzībām un saskaņot dažādu sociālo grupu intereses. Latvijas valsts pārvaldes attīstība un loma sabiedrībā ir definēta Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijas 7.sadaļā "Inovatīva pārvaldība un sabiedrības līdzdalība", kā mērķi izvirzot efektīvas publiskās pārvaldības izveidošanu, kura "spēj ne tikai ātri reaģēt uz pārmaiņām, bet arī paredzēt un virzīt tās, radot sabiedrībai nozīmīgus un nākotnē nepieciešamus pakalpojumus, un kurā aktīvi līdzdarbojas lielākā daļa Latvijas sabiedrības". (Ķīlis u.c., 2010) Tātad ir akcentēta valsts pārvaldes atbildība un katra iedzīvotāja iesaistīšanās nozīme valsts izaugsmē. Šis aspekts bijis ietverts arī Latvijas Nacionālajā attīstības plānā 2007.–2014.gadam, uzsverot, ka: "valdībai ir svarīga loma visu attīstības procesa dalībnieku – publiskā, privātā, nevalstiskā sektora iesaistīšanā vienota valsts izaugsmes scenārija īstenošanā. Ikvienam cilvēkam jāuzņemas daļa līdzatbildības – par savu izvēli, sava radošā potenciāla attīstību un aktīvu dzīves pozīciju". Latvijas Nacionālais attīstības plāns, 2007)

No tā izriet, ka valsts pārvaldes institūcijām, galvenokārt, likumdevējam un izpildvarai ir piešķirta valsts attīstības procesa virzītāja loma, veidojot un īstenojot tādu politiku, kas nodrošinātu valsts izaugsmi un sabiedrības labklājību un kurā iesaistītos ikviens valsts iedzīvotājs. Pie tam, ņemot vērā sabiedrības atsvešinātību un zemo uzticību valsts pārvaldes institūcijām, kā arī plaisu starp valsti un sabiedrību, kas raksturīga ne tikai Latvijā, bet arī daudzās citās valstīs, sabiedrības iesaistīšanās un līdzatbildības veicināšana par valsts attīstību kļūst arvien nozīmīgāks un sarežģītāks valsts pārvaldes komunikācijas uzdevums. Jāatzīmē arī, ka, strauji attīstoties informācijas tehnoloģijām, notiek izmaiņas sabiedrības komunikācijas formās un tās saturā, kas ietekmē arī valsts pārvaldes komunikāciju. Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijā, kurā kā viens no stratēģiskajiem attīstības principiem ir minēta jaunrade, akcentēts, ka "tikai tad, kad ideju daudzveidība un radoša līdzdalība kļūs par ierastu praksi lielai sabiedrības daļai, varēs veicināt sekmīgu jaunu ideju radīšanu un inovāciju ieviešanu". (Ķīlis u.c., 2010)

Jāatzīmē, ka daudzi pētnieki norāda, ka jaunrade tikai kā industrija kļūst par pievienoto vērtību, kas ir vērsta uz sabiedrības dzīves kvalitātes uzlabošanu, topot par valsts attīstības dzinējspēku. Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijas 4.sadaļā "Inovatīva un ekoefektīva ekonomika", kurā kā mērķis ir izvirzīts "kļūt par vienu no Eiropas Savienības līderiem inovatīvu un eksportējošu uzņēmumu izplatības ziņā", tiek runāts par masveida jaunrades un inovāciju attīstību, akcentējot, ka "masveida jaunrade ir iespējama, veicinot uzņēmēju iesaistīšanos sabiedriskajos tīklojumos un sociālajā dialogā, attīstot uzņēmējdarbības prasmes, radot jaunradei labvēlīgu darba vidi, piesaistot investīcijas un attīstot eksportu, izmantojot atbilstošu institucionālo ietvaru un mehānismus". (Ķīlis u.c., 2010) Tātad jaunrades attīstībā nozīmīga loma ir gan cilvēku radošajam potenciālam un uzņēmīgumam, gan valsts pārvaldes spējai iedzīvināt jaunradi kā valsts dzinējspēku, aicinot cilvēkus izmantot savu radošo potenciālu un attīstot atbalsta programmas, kas nav iespējams bez mijiedarbības un komunikācijas ar sabiedrību.

Daudzos pētījumos ir norādīts, ka ir noslēgusies industrializācijas ēra, kurā tika uzkrātas zināšanas un tehnoloģijas, turpmākā ekonomiskā attīstība lielā mērā balstās uz ideju radīšanu un zināšanām, piešķirot jaunu jēgu un vērtības. Zināšanu un jaunrades attīstībai nozīmīga loma ir atvēlēta arī Eiropas Savienības un tās dalībvalstu izaugsmē, gan 2000.gadā pieņemot Lisabonas stratēģiju, gan 2010.gadā Eiropas Komisijai (EK) uzsākot stratēģiju "Eiropa 2020: stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un iekļaujošai izaugsmei".

Analizējot jaunrades lomu Eiropas Savienības attīstības kontekstā, jāmin, ka 2009.gadā ES, reaģējot uz pašreizējās krīzes spēcīgo ietekmi, aicināja valstu valdības kā prioritāti izvirzīt cilvēkus. (*Barrozu*, 2009) Jau 2000.gadā ES pieņemtā Lisabonas stratēģija, izvirzot mērķi ES kļūt par konkurētspējīgāko un dinamiskāko, uz zināšanām balstīto, ekonomiku pasaulē, norāda uz zināšanu un jaunrades centrālo lomu ES valstu ekonomiskajā attīstībā (Lisabonas stratēģija, 2000). Savukārt 2010.gada 3.martā, ņemot vērā ekonomiskos izaicinājumus – globalizāciju, ierobežotu resursu pieejamību un sociālās izmaiņas, EK ir nākusi klājā ar jaunu iniciatīvu izveidot Eiropā sociālā tirgus ekonomiku 21.gadsimtam, uzsākot stratēģiju "Eiropa 2020: stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un iekļaujošai izaugsmei", kura turpmāk aizvietos 2000.gadā apstiprināto Lisabonas stratēģiju. Stratēģijā "Eiropa 2020", kuras galvenais mērķis ir pārvarēt krīzi un sagatavot ES ekonomiku nākamajai desmitgadei, ir noteikti trīs svarīgākie izaugsmes virzītājspēki, no kuriem pirmais ir gudra jeb vieda izaugsme, veicinot zināšanas, inovāciju, izglītību un digitālo sabiedrību. Otrs virzītājspēks ir ilgtspējīga izaugsme, padarot ražošanu efektīvāku resursu izmantošanas ziņā, vienlaikus uzlabojot ES konkurētspēju, un trešais – iekļaujoša izaugsme, palielinot iesaisti darba tirgū, uzlabojot iemaņu apguvi un pastiprinot cīņu pret nabadzību (Eiropa 2020). Tādējādi stratēģijā "Eiropa 2020" izklāstītais redzējums par Eiropas sociālo tirgus ekonomiku nākamajā desmitgadē, kura pamatā ir trīs savstarpēji saistītas un pastiprinošas prioritārās jomas – gudra izaugsme, ilgtspējīga izaugsme un iekļaujoša izaugsme, norāda, ka arī ES institūcijas turpmāko ES attīstību cieši saista ar jaunradi un zināšanām, kuras mūsdienās tiek uzskatītas par visvērtīgāko jaunās ekonomikas preci.

Stratēģijas "Eiropa 2020" ieviešana ir jauns izaicinājums gan ES institūcijām, gan tās dalībvalstīm, īstenojot savas nacionālās reformu programmas. Tādējādi ES institūcijas aicina arī nacionālo valstu valsts pārvaldes savu izaugsmi saistīt ar zināšanām, jaunradi un inovāciju attīstību. Latvijas mērķi 2020.gadam nacionālās reformu programmas projektā stratēģijas "Eiropa 2020" īstenošanai ir saistīti ar nodarbinātības līmeņa palielināšanu, ieguldījumu palielināšanu pētniecībā un attīstībā, augstākās izglītības ieguvušo personu īpatsvara palielināšanu, skolu nepabeigušo skolēnu īpatsvara samazināšanu,

kā arī nabadzības riskam pakļauto personu īpatsvara samazināšanu. Par stratēģijas "Eiropa 2020" mērķu īstenošanu Baltijas reģionā tika diskutēts arī praktiskajā konferencē "Augstākā izglītība un Baltijas valstu ilgtspējīgas un reģionāli līdzsvarotas attīstības iespējas stratēģijas "Eiropa 2020" kontekstā", īpašu uzmanību veltot jautājumiem, kas saistīti ar izglītības un pētniecības produktu radīšanu inovatīvas un eksportspējīgas uzņēmējdarbības vajadzībām, izglītības pieejamību un kvalitāti, augstskolu pētniecības potenciālu un efektīvas sadarbības modeļu veidošanu starp augstskolām, pētniecības institūcijām un uzņēmumiem.

Ņemot vērā to, ka valsts pārvaldes darbībai jābūt vērstai uz sabiedrības vajadzību un interešu apmierināšanu, svarīga ir arī sabiedrības izpratne un attieksme pret ES iniciatīvām. Eirobarometra dati norāda, ka ES 27 valstu, t.sk. arī Latvijas, iedzīvotāju gaidas par ES iesaistīšanos ekonomiskās krīzes un globālā mēroga izaicinājumu pārvarēšanā ir samērā augstas: 53% Latvijas iedzīvotāju (Eiropā kopumā – 46%) uzticas ES kā spēkam, kurš spētu tikt galā ar šādiem izaicinājumiem. ES 27 valstu iedzīvotāji kā galvenās lietas, kas veicamas Eiropas ekonomikas snieguma uzlabošanai, min izglītības un profesionālās apmācības uzlabošanu (47%), valstu budžeta deficīta samazināšanu (35%), uzņēmējdarbības uzsākšanas atvieglošanu (33%), kā arī ieguldījumus pētniecībā un inovācijās (30%). Līdzīgus uzdevumus Eiropas ekonomikas snieguma uzlabošanai izvirza arī Latvijas iedzīvotāji: izglītības un profesionālās apmācības uzlabošana (41%), uzņēmuma izveides procesu atvieglošana (39%), valsts deficīta un parāda samazināšana (36%), kā arī ieguldījumi pētniecībā un inovācijās (22%) (Eirobarometrs 74, 2011). No pētījuma datiem izriet, ka ES valstu, t.sk. arī Latvijas, iedzīvotāji pietiekoši augstā vietā ir ierindojuši izglītību, ieguldījumus pētniecībā un inovācijās, kā arī uzņēmējdarbības attīstību, kas liecina, ka ES valstu iedzīvotāju vidū kopumā dominē atbalsts un izpratne par zināšanām un jaunradi kā valsts attīstības dzinējspēkiem.

Tādējādi, lai arī bieži ES institūcijām ir pārmests komunikācijas trūkums un plaisa starp ES institūcijām un tās ierindas pilsoņiem, stratēģijā "Eiropa 2020" izklāstītais redzējums par Eiropas sociālo tirgus ekonomiku nākamajā desmitgadē, kura pamatā ir trīs jomas – gudra izaugsme, ilgtspējīga izaugsme un iekļaujoša izaugsme, norāda uz ES augstāko pārvaldes institūciju spēju veicināt gan ES, gan tās dalībvalsts attīstību, ņemot vērā sabiedrības intereses un gaidas.

4. Izaicinājumi valsts pārvaldes komunikācijai sociālo mediju laikmetā

Vispārpieņemtā rietumu demokrātisko valstu prakse liecina, ka, lai nodrošinātu valsts attīstību atbilstoši iedzīvotāju vajadzībām un gaidām, valsts pārvaldes darbībā ir nepieciešams iesaistīt iedzīvotājus lēmumu pieņemšanā, radīt iespējas viedokļu izteikšanai un uzklausīšanai, nodrošināt informācijas atklātību un pieejamību. Demokrātiskas sabiedrības stūrakmens ir ikviena iedzīvotāja tiesības vienlīdzīgi piedalīties svarīgu jautājumu ietekmēšanā un sabiedrības attīstības virzienu noteikšanā. Tas nav iespējams bez diskusijas un viedokļu apmaiņas, kuru vācu filozofs Jurgens Hābermass dēvē par publiskajām, racionāli kritiskajām debatēm ar mērķi brīvi, balstoties uz sabiedrības kopīgo interešu pamata, sasniegt racionālu vienošanos starp publiski konkurējošiem viedokļiem (*Habermass*, 1989). Publiskajās diskusijās un viedokļu apmaiņā ir svarīgi ievērot vairākus principus: līdzdalība, argumentu pamatotība un pamatošana, cieņa pret citiem viedokļiem, konsensa meklēšana un patiesums. Tādējādi valsts pārvaldes darbība nav iedomājama bez mijiedarbības un dialoga ar sabiedrību, vienlaikus informācijas tehnoloģiju attīstības un līdz ar to arī sabiedrības komunikācijas paradumu izmaiņu ietekmē meklējot gan jaunas komunikācijas formas, gan pielāgojot tās saturu sabiedrības interesēm. Tomēr neraugoties uz ES un tās dalībvalstīs, tostarp arī Latvijā,

ieviestajiem komunikācijas pasākumiem, vairāki politikas pētnieki norāda uz problēmām, ar kurām saskaras mūsdienu valsts pārvaldes. Pirmkārt, indivīda tiesību paplašināšanās novedusi pie konfliktiem, kurās saduras atšķirīgas dažādu indivīdu un sociālo grupu intereses. Vienlaikus jāatzīmē, ka atsevišķam indivīdam ir grūti ietekmēt politisko lēmumu pieņemšanas procesu, tādējādi veidojas sociālās grupas, kuras aizstāv savas intereses, un daļa no tām kļūst spēcīgākas, izraisot jaunus sociālos konfliktus (*Taylor*, 1989, 167).

Mūsdienu informācijas tehnoloģiju un integrētās mārketinga komunikācijas laikmetā bieži vien izšķiroša loma ir valsts pārvaldes spējai veidot komunikāciju ar sabiedrību, jo īpaši ar jauno sociālo grupu – radošo sabiedrību. Pie tam jāatzīmē, ka radošā sabiedrība kā jauna sociāla grupa ir uzskatāma arī par jaunu valsts pārvaldes komunikācijas mērķgrupu, kura ir salīdzinoši maz pētīta, un pagaidām vēl nav iestrādāti koncepti komunikācijas veidošanai ar to. Jau iepriekš valsts pārvaldei ir bieži pārmesta nespēja veidot komunikāciju un atgriezenisko saiti ar sabiedrību. Kā uzsver komunikācijas pētnieki, ja izpildvarai vai likumdošanas varai neizdodas pievērst uzmanību tās programmai vai tās lēmumiem, tad tā nespēj gūt sabiedrības atbalstu un galu galā cieš neveiksmi. Komunikācijas trūkums un plaisa starp ES institūcijām un ierindas pilsoņiem bieži vien tiek minēti kā galvenie iemesli ES valstu iedzīvotāju zemajam atbalstam daudziem ES lēmumiem vai pat to noraidīšanai. Eirobarometra pētījums norāda, ka vairums ES 27 valstu iedzīvotāju (78%) uzskata, ka nav labi informēti par politiskajiem notikumiem Eiropā, un mazāk nekā viena piektā daļa (18%) sevi uzskata par labi informētiem (Eirobarometrs 68). Lai palielinātu ES dalībvalstu iedzīvotājiem iespējas izsekot lēmumu pieņemšanai un iesaistīties to gatavošanā, EK ir izstrādājusi dokumentu "Partnerība komunikācijai par Eiropu", ierosinot vairākus pasākumus iedzīvotāju informēšanai un komunikācijas veidošanai starp ES institūcijām, nacionālo valstu valdībām un iedzīvotājiem. Šie pasākumi ir apkopoti Baltajā grāmatā par Eiropas komunikācijas politiku, tostarp ieviešot arī interaktīvas komunikācijas pasākumus, piemēram, EUTube, Eiropas komisāru emuāri. Tas norāda, ka arī ES augstākā līmeņa pārvaldes institūciju komunikācijā ar sabiedrību tiek izmantota jaunrade, meklējot radošus paņēmienus komunikācijas darbā. Šis ir viens no piemēriem, kas liecina par valsts pārvaldes komunikācijas formu un tās satura transformāciju informācijas un komunikācijas tehnoloģiju attīstības ietekmē, vienlaikus pielāgojoties arī sabiedrības komunikācijas paradumu izmaiņām.

EK ieviestie pasākumi komunikācijas jomā pakāpeniski ir veicinājuši arī atklātāku komunikāciju un plašāka dialoga veidošanu ar sabiedrību, kā arī aktīvāku iesaistīšanu sabiedrībai svarīgu notikumu apspriešanā, vienlaikus palielinot arī iedzīvotāju uzticēšanās līmeni. Eirobarometra dati liecina, ka Latvijas iedzīvotāju vidū kopš 2010.gada pieaugusi uzticēšanas ES institūcijām: puse Latvijas sabiedrības uzticas ES. Lai gan jāatzīmē, ka kopējā vērtējumā par ES joprojām dominē neitrāls viedoklis: apmēram pusei Latvijas iedzīvotāju attieksme pret ES saglabājas neitrāla, pozitīvs priekšstats par ES ir 28% Latvijas iedzīvotāju, kas ir zemāks rādītājs nekā Eiropā kopumā (38%) (Eirobarometrs 74).

Komunikācijas veidošanā starp ES institūcijām un tās iedzīvotājiem nozīmīga loma ir arī dalībvalstu valdībām, valsts pārvaldes institūcijām un nevalstiskajām organizācijām, kuras EK ir mudinājusi iesaistīties un kļūt par ES komunikācijas procesa partneriem. Tādējādi, ņemot vērā to, ka liela daļa politisko lēmumu, kuri skar visu ES valstu pilsoņus, tiek pieņemti Eiropas līmenī, saskaņojot dalībvalstu intereses, valdību komunikācijai ar saviem iedzīvotājiem ir jābūt vērstai arī uz to, lai ES lēmumu sagatavošanas un pieņemšanas procesus padarītu saprotamus, pārskatāmus un pieejamus savu valstu pilsoņiem. Arī EK jaunās iniciatīvas "Eiropa 2020: stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un iekļaujošai

izaugsmei" ieviešanā, kas paredz izveidot Eiropā sociālā tirgus ekonomiku 21.gadsimtam, iesaistoties gan ES institūcijām, gan tās dalībvalstīm, īstenojot savas nacionālās reformu programmas, nozīmīga loma ir gan sabiedrības informēšanai par izvirzītajām prioritātēm un plānotajiem pasākumiem, gan dialoga veidošanai ar dažādām sociālām grupām, tostarp arī ar radošo sabiedrību, meklējot optimālākos risinājumus mērķu sasniegšanai, gan arī sabiedrības, īpaši radošās, iesaistīšanās un līdzatbildības veicināšanai par ES ekonomisko izaugsmi un dalībvalstu attīstību.

Tātad valsts pārvaldei ir potenciāls uzlabot komunikācijas rezultātus, izmantojot tiešsaistes sadarbību un dalīšanos ar informāciju. Daudzi pētnieki atzīst, ka valsts pārvaldes komunikācijas izaicinājums slēpjas valsts pārvaldes inertumā: ievēlētajiem politiskajiem līderiem un valsts pārvaldes administratīvajam līmenim, kas to atbalsta, jāpārvar kulturālās barjeras, kas stāv ceļā daudz atvērtākai, brīvas formas stila sadarbībai. (*Drapeau*, 2009) Mūsdienās sociālie mediji ir veids, kā cilvēki sazinās un sadarbojas, piedāvājot arvien jaunākus un ātrākus veidus, lai veidotu sabiedrības zināšanu krājumu un veicinātu informācijas apriti, kas attīstās tiešsaistē. Amerikāņu informācijas tehnoloģiju pētnieks Endijs Blūmentāls uzsver, ka sociālie mediji ir spēcīgs fenomens, kas var likt organizācijām pielāgoties un pieņemt jaunus darbības principus. (*Blumenthal*, 2009)

Jāatzīmē, ka 21.gadsimtā valsts pārvalde saskaras ar aizvien pieaugošāku spiedienu darīt vairāk ar mazākiem resursiem. Pie tam informācijas un komunikācijas tehnoloģijas laikmetā pieaug valsts pārvaldes iespējas veidot ciešāku mijiedarbību ar sabiedrību, līdz ar to palielinot savas darbības efektivitāti un nodrošinot lēmumu pieņemšanu atbilstoši sabiedrības vajadzībām un gaidām. Tomēr tas ir arī liels izaicinājums, jo pieaug gan mijiedarbības intensitāte, gan tās temps, kas prasa valsts pārvaldei elastīgu spēju pielāgoties strauji mainīgajai sabiedriskajai videi un būtiski uzlabot savas spējas sniegt pakalpojumus un pieņemt lēmumus atbilstoši sabiedrības gaidām. Būtībā informācijas un komunikācijas tehnoloģijām turpinot palielināt savu ietekmi ikdienas dzīvē un sabiedrībai aizvien vairāk uztverot to kā normu, valsts pārvaldē visos līmeņos mainās gan vadības principi, gan apkalpošanas kultūra, gan mijiedarbības veids ar ieinteresētajām pusēm (*Blumenthal*, 2009). Sociālo mediju izmantošanā valsts pārvaldē piemīt trīs galvenās funkcijas: pirmkārt, iespēja sazināties un nodot ziņas tieši iedzīvotājiem, otrkārt, veicināt mijiedarbību ar iedzīvotāju un gūt atgriezenisko saiti sociālos jautājumos, treškārt, sniegt vadības un valsts pārvaldes institūciju paziņojumus. Jauno komunikācijas tehnoloģiju izmantošana valsts pārvaldes komunikācijas īstenošanā prasa fundamentāli jaunu sadarbības kultūru, rezultātā veicinot labāku pakalpojumu sniegšanu caur visām valsts pārvaldes operatīvajām un politikas veidošanas funkcijām un nodrošinot mazāku līdzekļu patēriņu. Tiešsaistes sadarbības valsts pārvalde ir dinamiska un atsaucīga. Tā nozīmē to, ka valsts pārvaldes informācija ir daudz pieejamāka un tiek izmantots moderno zināšanu tīklu spēks. Vienlaikus lielāka atvērtība un informācijas caurspīdīgums mazinās pārvaldes slogu, racionalizējot politisko lēmumu pieņemšanas procesu (*Macmillan et al.*, 2008). Nav šaubu, ka informācijas tehnoloģijas turpinās attīstīties un kļūs daudz vērtīgākas valsts pārvaldei un tās galvenajām ieinteresētajām pusēm.

Jāatzīmē, ka valsts pārvaldei, saskaroties ar izaicinājumiem, ieviešot sociālos medijus komunikācijas īstenošanā, argumentu par labu šo informācijas un komunikācijas tehnoloģiju izmantošanai ir vairāk nekā negatīvo aspektu. Šīs tehnoloģijas var padarīt mijiedarbību ar sabiedrību par vienkāršu un spēcīgu procesu, padarīt pētījumus ātrākus, identificēt ietekmētājus noderīgās mikronišās, nodrošināt mehānismus cīņai ar negatīvu publicitāti un izmērīt sabiedrisko viedokli, lai palīdzētu paziņot sabiedrisko politiku, kā arī nodrošināt ātru un vieglu informācijas izplatīšanu (*Drapeau*, 2009). Tādējādi šobrīd ir pēdējais laiks, lai komunikācijas speciālisti valsts pārvaldes iestādēs sāktu ne tikai

aktīvi apzināt, bet arī izmantot tos komunikācijas rīkus, kas ir viegli pieejami, salīdzinoši lētāki un izdevīgāki, kā, piemēram, sociālos tīklus, kuriem ir potenciāls, lai ievērojami palielinātu pilsoņu līdzdalības darbības lauku un sasniedzamību (*Lange*, 2008). Te jāatzīmē, ka valsts pārvaldes uzdevums ir kalpot sabiedrībai, tieši tāpēc valsts pārvaldei ir jābūt tur, kur ir sabiedrība, – ja sabiedrība veido un aktīvi piedalās sociālajos tīklos interneta vidē, tad valsts pārvaldei arī ir jābūt tur, lai nepalaistu garām vērtīgu informāciju, spētu sekot līdzi vispārējam noskaņojumam un tendencēm. Latvijā šis mijiedarbības ar sabiedrību forma pakāpeniski attīstās, veidojot iestāžu profilus sociālajā tīklā *draugiem.lv*, mikroblogu vietnē *twitter.com*, kā arī izmantojot *www.youtube.com* kanāla iespējas.

Dažādu mūsdienu informācijas tehnoloģiju iespēju izmantošana un attīstīšana komunikācijas jomā ir ietverta Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijā līdz 2030.gadam "Latvija 2030", paredzot e-pārvaldības un sabiedrisko inovāciju attīstību. Tā, piemēram, masveida jaunrades portāla izveidošana, kurā iedzīvotāji var iesniegt savas idejas, novērtēt, komentēt un papildināt citu iesniegtās idejas. Savukārt e-pārvaldības ieviešana, strukturāli reformējot līdzšinējo valsts pārvaldi un līdz ar to veidojot to efektīvāku, atvieglotu pilsoņu iespēju piedalīties referendumos un parakstu vākšanā gan vietējā, gan nacionālā līmenī. Tātad Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijā līdz 2030.gadam "Latvija 2030" ir paredzēts valsts pārvaldes komunikācijas jomā arvien vairāk izmantot dažādas e-iespējas, piemēram, iesniegt petīcijas, izmantojot e-tehnoloģijas, attīstīt e-diskusiju, komentāru un reitingu iespējas.

Tādējādi komunikācijas tehnoloģiju attīstība ienes valsts pārvaldē gan jaunas politiskās līdzdalības, gan jaunas komunikācijas formas, sociālajiem tīkliem un citiem jaunajiem medijiem topot par publisko, racionāli kritisko debašu vietu ar lielām interaktivitātes iespējām, kas spēj nodrošināt valsts pārvaldes komunikācijā atgriezenisko saiti ar sabiedrību. Vienlaikus, protams, minami arī šo komunikācijas formu trūkumi, piemēram, interneta forumos un komentāros bieži vien ir pārstāvēts ļoti nelielas sabiedrības daļas viedoklis, sastopams zems komunikācijas ētikas slieksnis un konstruktīvu priekšlikumu trūkums.

Nobeigums

Attīstoties informācijas un komunikācijas tehnoloģijām, mainoties sabiedrības komunikācijas paradumiem, Latvijas valsts pārvaldes komunikācijas būtiskākais izaicinājums ir spēja atrast un pielietot jaunus sadarbības un līdzdalības mehānismus, kas veidotu un vairotu ikviena iedzīvotāja līdzatbildību par valsts izaugsmi un sabiedrības labklājību. Tātad arī valsts pārvaldes komunikācijā ar sabiedrību arvien izšķirošāka nozīme būs jaunrades un zināšanu prasmīgai pielietošanai, gan izvēloties atbilstošas komunikācijas formas, gan veidojot tās saturu.

Jāatzīmē, ka, veicinot jaunradi un izmantojot cilvēkkapitālu un zināšanas kā galveno valsts attīstības virzītājspēku, nozīme ir ne tikai cilvēku idejām, zināšanām un uzņēmībai, bet arī valsts pārvaldes rīcībai, nodrošinot likumdošanas ietvaru un atbalsta programmas, kas sekmētu pēc iespējas plašākas sabiedrības daļas iesaistīšanos un radītu vidi jaunu un radošu ideju ģenerēšanai un to īstenošanai. Tās attīstībai nepieciešama plaša komunikācija starp valsts pārvaldi, nevalstiskajām organizācijām, sociālajiem partneriem un privātajiem uzņēmējiem, kā arī publiskā, privātā un nevalstiskā sektora aktīva iesaistīšanās valsts un sabiedrības jautājumu risināšanā.

Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijā minēts, ka radošs indivīds un sabiedrība, kas spēj novērtēt un izmantot savu radošo potenciālu, ir galvenie attīstības virzītājspēki. Tātad cilvēkkapitāls ir Latvijas

svarīgākais resurss, savukārt jaunrade – viens no būtiskākajiem attīstības dzinuļiem. Stratēģijas "Eiropa 2020" kontekstā kā būtiskākie Latvijas nacionālās reformu programmas pasākumi, kas saistīti ar jaunrades un zināšanu izmantošanu valsts izaugsmes veicināšanā, minami pasākumi sabalansētas tautsaimniecības attīstības nodrošināšanai, tostarp vērsti arī uz inovāciju veicināšanu, informācijas un komunikācijas tehnoloģiju attīstību; strukturālā bezdarba mazināšanai, nodrošinot labāku kvalifikācijas un prasmju atbilstību darba tirgus prasībām, ietverot arī profesionālās un augstākās izglītības modernizāciju; kā arī uzņēmējdarbības vides uzlabošanai, efektīvai ES fondu izmantošanai, uzņēmumu pieejas finansēm nodrošināšanai ar mērķi atbalstīt produktīvās investīcijas. (Latvijas nacionālā reformu programma "ES 2020" stratēģijas īstenošanai, 2010)

Lai balstītos uz jaunradi un zināšanām kā būtiskākajiem valsts izaugsmes virzītājspēkiem, nozīmīgākais valsts pārvaldes uzdevums ir veicināt valsts cilvēkresursu kapitāla attīstību, kas apveltīts ar zināšanām un prasmēm, spēj ģenerēt jaunas zināšanas un virzīt inovāciju, kā arī stiprina sociālo iekļaušanos un mobilitāti. Daudzi pētnieki arī norāda, ka būtībā radošajā sabiedrībā zināšanas un izglītība ir uzskatāma par priekšnoteikumu augstākai sabiedrības labklājībai, pie tam arvien pieaugoša nozīme ir mūžizglītībai.

Un vēl jaunrade, lai arī būdama sociāla un kultūras parādība, tomēr ir cieši saistīta ar personisko iniciatīvu, tāpēc valsts pārvaldei ir svarīgi motivēt iedzīvotājus radošā potenciāla izmantošanai gan savas, gan arī valsts un sabiedrības labklājības attīstībā. Te nozīmīga loma ir valsts pārvaldes komunikācijai, kas radošās sabiedrības attīstības ietekmē ir saskārusies ar vairākiem izaicinājumiem un vienlaikus arī iespējām.

Pirmkārt, valsts pārvaldes komunikācijā arvien pilnvērtīgāk nepieciešams izmantot jaunākās informācijas un komunikācijas tehnoloģijas un sociālos medijus, otrkārt, valsts pārvaldes komunikācijas veidošanu ietekmē sabiedrības komunikācijas paradumu izmaiņas, treškārt, nozīmīga loma valsts pārvaldes komunikācijā ir spējai ieinteresēt un piesaistīt cilvēkus sociālajos tīklos un citos sociālajos medijos, vienlaikus padarot to saturiski pilnvērtīgāku, ceturtkārt, arvien sarežģītāk valsts pārvaldes komunikācijā ir motivēt cilvēkus uzņemties līdzatbildību par valsts attīstību un izaugsmi, sava radošā potenciāla izmantošanu laikā, kad vērojama sabiedrības distancēšanās no valsts un zema uzticēšanās valsts pārvaldes institūcijām. Turpmākā valdības publisko attiecību attīstība saistāma ar pastiprinātu sadarbību un saskaņošanu starp un ar ministrijām, paplašinātu valsts pārvaldes piedāvājumu interneta lietotājiem.

Valdības publisko attiecību uzdevums vairs nav tikai sabiedrības informēšana un pieņemto lēmumu skaidrošana, bet sabiedrības aktīva iesaistīšana, skaidrojot, ka atbildība par valsts izaugsmi nav tikai valsts pārvaldes, bet katra iedzīvotāja pienākums. Attīstot jaunas komunikācijas un publisko diskusiju formas un pilnveidojot tās saturu, valdības publisko attiecību mērķis ir mainīt ne tikai iedzīvotāju informētības līmeni, bet arī attieksmi un izturēšanos, mazinot sabiedrības distancēšanos no valsts pārvaldes un palielinot katra indivīda līdzatbildību par vispārējā sabiedrības labuma sasniegšanu. Tad valsts pārvaldes komunikācija spēs pildīt savu funkciju kā sabiedrības viedokļa optimizācijas instruments, vienlaikus veicinot valsts pārvaldes darbības efektivitāti.

Izmantotās literatūras saraksts

Barrozu Ž.M. Apkopojot ilgtspējīgus risinājumus globālām problēmām. *europa.eu,* . 08.07.2009, [tiešsaite]. [Skatīts 21.09.2009]. http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1090 &format=HTML&aged=0&language=LV&guiLanguage=en

Blumenthal, A. (2009). Whay Social Media Matters for Government. *Nextgov.com,* 15.04.2009, [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013]. http://www.nextgov.com/nextgov/ng_20090415_9417.php

Drapeau, M., (2009). Government 2.0: How Social Media Could Transform Gov PR. *Pbs.org,* 11.01.2009, [tiešsaite]. [Skatīts 07.09.2009]. http://www.pbs.org/mediashift/2009/01/government-20-how-social-media-could-transform-gov-PR

Dreimane E. (2011). E-rīki sabiedrības informēšanai par Ministru kabinetā izskatāmajiem jautājumiem. *mk.gov.lv,* 25.03.2011, [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013]. http://www.mk.gov.lv/lv/sabiedribas-lidzdaliba/sabiedribas-lidzdaliba/

Habermas, J. (1989). *The Structural Transformations of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press, 301 p.

Jansen, P. (2010) Government communication and the struggle for recognition in the public sphere. *Transparency, Democracy and Global Governance: a European perspective.* Virga, D. (Ed.). West University of Timisoara Publishing House, 157–176 p.

Lange, A., Mitchell, S., Stewart-Weeks, M., et al (2008). The Connected Republic and the Power of Social Networks. *Openforum.com,* 20.07.2008, [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013]. http://www.openforum.com.au /files/The%20Connected%20Republic%20and%20the%20Power%20of%20Social%20Networking%20July%202008.pdf

Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030.gadam "Latvija 2030" (2010). Ķīlis, R. u.c. (red.) *latvija2030.lv* [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013]. http://www.latvija2030.lv/upload/latvija2030_lv.pdf

Macmillan, P., Medd, A., Hughes, P. Change your world or the world will change you. The future of collaborative government and Web 2.0. *Deloitte.com*, 08.03.2008, [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013]. http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/ca_govt_web20_mar08_EN.pdf

Taylor C. Cross-Purposes: The Liberal-Communitarian Debate. *Liberalism and Moral Life.* Rosenblum, N. (ed.). Cambridge: Harvard University Press, pp. 159–182

Русаков, А.Ю. (2006) *Связи с общественностью в органах государственной власти*.— СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 224 с.

Eirobarometrs 68. Sabiedriskā doma Eiropas Savienībā. Rudens 2007. (2008) *europa.eu,* . 31.01.2008, [tiešsaite]. [Skatīts 21.09.2009]. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb68/eb68_lv_nat.pdf

Eirobarometrs 74. Sabiedriskā doma Eiropas Savienībā. Rudens 2010. (2011) *europa.eu,* . 23.02.2011, [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013]. http://ec.europa.eu/latvija/news/press_releases/2011_02_21_2_lv.htm

Eiropa 2020: Stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un integrējošai izaugsmei. (2010) *europa.eu,* . 03.03.2010, [tiešsaite]. [Skatīts 12.09.2013].http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_LV_ACT_part1_v1.pdf

Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2007–2013. (2006). *mk.gov.lv,* 04.07.2006, [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013] http://www.raplm.gov.lv/uploads/filedir/NAP/National_development_plan_2007-2013_lat.pdf

Latvijas nacionālās reformu programmas “ES 2020” stratēģijas īstenošanai projekts. (2010). *mk.gov.lv*, 16.11.2010, [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013] http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=40196584&mode=mk& date=2010-11-16

Latvijas Stratēģiskās attīstības plāns 2010.–2013.gadam. (2010) *mk.gov.lv*, 09.04.2010, [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013] http://polsis.mk.gov.lv/view.do?id=3338

Latvijas Valsts reformu koncepcija. (1995). *Laikraksta Diena pielikums Saeimā un Ministru kabinetā*. – 25.01.1995.

Lisabon strategy. (2000) europa.eu, 24.06.2000, [tiešsaite]. [Skatīts Skat. 04.06.2008]. http://europa.eu.int/comm/ lisbon_strategy/index_en.html

Valdības komunikācijas politikas pamatnostādnes 2001.–2006.gadam. (2001) *mk.gov.lv*, 04.12.2001, [tiešsaite]. [Skatīts 21.04.2009]. http://ppd.mk.gov.lv/ui/DocumentContent. aspx?ID=1625

Valdības komunikācijas politikas pamatnostādnes 2008.–2013.gadam. (2008) *mk.gov.lv*, 13.05.2008, [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013]. http://www.mk.gov.lv/doc/2005/MKPamn_171207.doc

Valsts pārvaldes komunikācijas un koordinācijas pasākumu plāns 2010.–2012.gadam. (2010) *mk.gov.lv* 05.05.2011, [tiešsaite]. [Skatīts 12.02.2013] http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=40175538

ES MIERA UZTURĒŠANAS MISIJU LOMA KRĪŽU NOREGULĒJUMĀ ŠODIEN UN NĀKOTNĒ

ROLE OF EU PEACE KEEPING MISSIONS IN CRISIS RESOLUTION TODAY AND IN THE FUTURE

Laila Vaivode
Biznesa augstskola Turība, Latvija

Since 1999, Kosovo has suffered a prolonged financial, security and social crisis. Key actors, including the EU, NATO, the UN (UNMIK) and various International Organizations, have been extending continuous support towards effective crisis management and resolution, through financial and/or technical assistance, mediation and enforced crisis communication. In 2008, in line with its Common Security Defence Policy (CSDP), the EU launched EULEX Kosovo a technical mission specifically focusing on the rule of law. In addition to monitoring and advising functions as per common mission mandate, executive functions were foreseen for EULEX experts in Justice, Police and Customs sectors. As a result a number of investigations in Organised Crime, War Crimes, Terrorism and Corruption cases have been conducted and verdicts are in place. With the EU playing a key role in political communications within developing local society and political structures, it is important to ascertain whether the representation of the EU in Kosovo has ensured that the main risks of a crisis have been adequately eliminated. Undoubtedly, the EU has taken up an ambitious role for the crisis management in the territories outside EU and hopefully the EULEX experiences in crisis communication will be recognized as beneficial for the future CSDP development.

***Atslēgas vārdi**: komunikācija, krīžu komunikācija, ES kopējā drošības un aizsardzības politika.*

1. Eiropas Savienības miera uzturēšanas misiju nozīme konferences kontekstā

ES kopējā drošības un aizsardzības politikas *KDAP* (*engl. – Common Security and Defence Policy*) ietvaros izveidotās un nākotnē plānojamās civilās misijas par galveno mērķi uzstāda miera stāvokļa sasniegšanu un saglabāšanu dažādās valstīs, izmantojot likumīgos līdzekļus un uzturot dialogu ar valstu valdībām. Efektīvi komunikācijas uzstādījumi ir šī procesa panākumu atslēga. Visu ES civilo misiju primārais fokuss ir vērsts uz drošības un kārtības, kā arī justīcijas funkcionēšanas nodrošināšanu. Sekundāri misiju pienākumos ir nodrošināt šī stāvokļa stabilitāti, kas galvenokārt ir iespējama, ja vietējo valdību un amatpersonu kompetences līmenis sasniedz pietiekošu vai vismaz apmierinošu līmeni. Līdz šim tiesu varas misija Kosovā ir vienīgā ES misija ES pastāvēšanas vēsturē, kas bez padomu došanas, novērošanas un uzraudzības funkcijām ir uzņēmusies arī izpildvaras funkcijas, tādējādi nodarbojoties ar policijas, izmeklēšanas un tiesvedības pienākumiem. Šāds pienākumu kopums daudzkārt sarežģī komunikācijas nodrošināšanas aspektus, jo katrs misijas pārstāvju nākamais solis ir rūpīgi jāanalizē ne tikai no likuma ievērošanas puses, bet arī jāraugās, lai visu darbību atspoguļojums masu komunikāciju līdzekļos būtu ne tikai maksimāli profesionāls, bet arī viegli saprotams, uztverams. Neapšaubāmi, ir jāņem vērā nacionālās, reliģiskās, etniskās, izglītības u.c. īpatnības, kas dominē noteiktā reģionā, valstī.

Misijas ekspertiem savukārt ir jābūt pietiekoši sagatavotiem, lai darbotos paaugstinātas bīstamības un krīzes situācijās. Tomēr, ja pieņem, ka misijā katrs tās dalībnieks ir tādā vai citādā mērā iesaistīts komunikācijā un specifiski krīžu komunikācijā, tad secīgi izriet, ka katrs misijas darbinieks, kas ir iesaistīts sadarbībā ar tā lokālajiem kolēģiem, ir arī krīžu komunikācijas veicējs.

Augstāk minētie ir tikai daži no apstākļiem, kuru turpmākā izpēte būtu vērtīga gan vispārīgā komunikāciju teorijas griezumā, gan arī atsevišķu ekspertu nākotnes profesionālās ekspertīzes paaugstināšanā un, iespējams, arī Latvijas kā ES dalībvalsts gatavībā dot vēl lielāku ieguldījumu kopējā mērķa sasniegšanā ES drošības politikas griezumā, kā tas ir uz noteikto brīdi. Nav atsevišķi jāatzīmē apstāklis, ka mūsdienu globalizācijas un tehnoloģiju laikmetā drošības situācijas apdraudējums kādā lokālā reģionā var ātri vien pārtapt par apdraudējumu pat viena kontinenta ietvaros, un tādējādi tieši komunikāciju ekspertīze krīzes vadībā var pārvērsties par noteicošu faktoru kopējās situācijas stabilizācijā.

Šī darba mērķis ir ne tikai uzsvērt ES miera uzturēšanas koncepciju, tās attīstību, praktiskās izpausmes no komunikācijas viedokļa, bet arī izzināt tās galvenās problēmas, balstoties uz ES lielākās civilās Misijas Kosovā prakses analīzi.

2. ES miera uzturēšanas misiju būtība un vēsturiskā attīstība no pirmsākumiem līdz 2013.gadam

Miera uzturēšana (*peacekeeping*) – rīcība, kas tiek veikta ar daudznacionālo spēku palīdzību, lai sasniegtu atšķirīgus mērķus: pamiera un uguns pārtraukšanas stāvokļa uzraudzība; buferzonas veidošana strīdnieku starpā; likumības un kārtības uzturēšana; humānās palīdzības piegāde; esošo administratīvo struktūru kontrole u.c.

Miera dibināšana (*peace-building*) – vidējā termiņa un ilgtermiņa rīcība, kas tiek veikta, lai mērķtiecīgi atrisinātu galvenos vardarbīgu konfliktu cēloņus, kuri var būt: 1) politisko, sociālo, ekonomisko vai kulturālo iespēju nevienmērība dažādu (etnisko, reliģisko, reģionālo u.c.) grupu starpā; 2) demokrātiskās leģitimitātes un pārvaldības efektivitātes trūkums; 3) efektīvu mehānismu trūkums, lai mierīgā ceļā samierinātu grupu intereses un likvidētu asas šķirtnes starp dažādām interešu grupām; 4) attīstītas pilsoniskās sabiedrības trūkums.

Miera veidošana (*peacemaking*) – militāra rīcība, lai uzturētu vai atjaunotu starptautisko mieru.

Kad 90-to gadu sākumā mainījās starptautiskā dienas kārtība, daudzas starptautiskās organizācijas saskārās ar jauniem izaicinājumiem – iekšējiem konfliktiem, kuriem bija skaidri izteikts etniski separātisks raksturs. Šie konflikti, kas uzliesmoja visur: Eiropā, Āzijā, Āfrikā, Amerikā, izrādījās kompleksa parādība, kura saturēja pilsoņu kara, partizāņu kara, terorisma elementus; līdz ar to starptautiskajām organizācijām bija jāpielāgojas sarežģītai situācijai un bija jāizstrādā jauni mehānismi konfliktu noregulēšanai. Izņēmums nebija arī Eiropas Savienība. 1992.gadā parakstītais Līgums par ES piedeva šai organizācijai plašas politiskās funkcijas un akcentēja miera un drošības nostiprināšanas ideju.

Diemžēl tajā laikā aktuālā Dienvidslāvijas krīze (kuras sastāvā bija arī Kosova) parādīja ES līderu nespēju saskaņot savu rīcību krīžu vadības jomā. Pārmērīga paļaušanās uz ANO un NATO radīja

šaubas par neatkarīga efektīva miera uzturēšanas instrumenta rašanos ES ietvaros. Tomēr ES precizēja un padziļināja savu stratēģiju un no bieži kritizējamās Kopējās ārējās un drošības politikas EĀDP (*engl. – Common Foreign Security Policy*) radās Eiropas drošības un aizsardzības politika EDAP (*engl. – European Security and Defence Policy*), kas 2010.gadā ieguva citu nosaukumu – ES kopējā Drošības un Aizsardzības politika KDAP (*engl. – European Security and Defence Policy*).

Ikvienas starptautiskās organizācijas miera uzturēšanas koncepcija balstās uz starptautiskajiem tiesību aktiem, kas pamato nepieciešamību pēc starptautiskās drošības un miera nodrošināšanas. Trīs dokumenti nosaka Eiropas Savienības leģitīmo iejaukšanos konfliktu noregulēšanā:

- ANO Statūti (1945.gads), kuru VIII nodaļā ir teikts: "Šie statūti nekādā mērā neliek šķēršļus tādu reģionālu nolīgumu vai institūciju pastāvēšanai, kas risina starptautiskā miera un drošības saglabāšanas jautājumus" (ANO Statūti [tiešsaiste]).
- Helsinku Nobeiguma akts (1975.gads), kurā ir rakstīts, ka valstis apņemas ar mierīgiem līdzekļiem (sarunas, starpniecība, šķīrējtiesa u.c.) risināt visus strīdus, respektēt teritoriālās integritātes principu un neiejaukšanās valsts iekšlietās principu, atturēties no spēka pielietošanas un cita veida spiediena. (*Helsinki Final Act* [tiešsaiste]).
- Līgums par Eiropas Savienību (1992.gads), kas atsaucas uz iepriekšējiem dokumentiem un kura V nodaļā tiek noteikti Kopējās ārējās un drošības politikas principi, starp kuriem tiek minēta miera uzturēšana un drošības nostiprināšana ES dalībvalstu teritorijā. Līgums paredz ES kopējās aizsardzības politikas izstrādi un institucionalizāciju. (*The Maastricht Treaty* [tiešsaiste]).

EDAP īstenošanai tika ieviesti divi jauni instrumenti:

- kopējās pozīcijas (*common positions*), lai dibinātu sistemātisku sadarbību starp ES dalībvalstīm;
- kopējās rīcības (*joint actions*), kuras pieņem Ministru Padome par konkrētu jautājumu, tajās tiek noteikti mērķi, kā arī līdzekļi un procedūras šo mērķu sasniegšanai.

Par galveno institūciju, kura izstrādā, ievieš un koordinē miera un drošības nostiprināšanas pasākumus, kļuva ES Ministru Padome sadarbībā ar Eiropas Komisiju un Eiropas Parlamentu.

Kad Dienvidslāvijā (Horvātijā) uzliesmoja etniskais konflikts starp horvātiem un serbiem, 1991.gada jūnijā Luksemburgas sammitā ES dalībvalstis nolēma veicināt konflikta mierīgo noregulēšanu, tomēr militārās sadursmes Slovēnijā un Horvātijā turpinājās (*Marsh, Mackenstein*, 2005). 1991.gada 8.jūlijā ES parakstīja ar Dienvidslāviju un Slovēniju Brioni vienošanos, kura paredzēja Dienvidslāvijas prezidenta rotācijas ieviešanu, neatkarības proklamēšanas apturēšanu uz trīs mēnešiem un armijas atgriešanos uz savām kazarmām. Kad Horvātijā izvērsās plaša karadarbība, ES sasauca miera konferenci Hāgā 1991.gada septembrī, kurā aicināja Serbiju pārtraukt karu, piedraudot ar ekonomiskajām sankcijām. Serbijas nereaģēšana uz uzaicinājumu rosināja ES diplomātiskā spiediena turpināšanu. Tā realizēja ieroču embargo pret Serbiju saskaņā ar ANO Drošības Padomes rezolūciju, apturēja tirdzniecības un sadarbības līgumu, kamēr 1992.gada 1.jūnijā ieviesa ekonomiskās sankcijas pret Serbiju. Turklāt ES dalībvalstis kolektīvi atsauca savus vēstniekus no Belgradas un panāca Serbijas izslēgšanu no Eiropas Drošības un sadarbības organizācijas (EDSO).

Kara uzsākšana Bosnijā un Hercegovinā un publiskie protesti pret serbu rīcību veicināja ES diplomātijas intensifikāciju. 1992.gada augustā Londonā notika vienota ES un ANO starptautiskā konference, kurā piedalījās visu bijušās Dienvidslāvijas sešu republiku līderi, ES un ANO augstākās amatpersonas. Konferences noslēgumā tika pieņemti "miera principi" un "rīcības programma", kā arī sarunu procesa ietvars konfliktējošām pusēm. 2003.gadā Ženēvā ES pārstāvis lords Ouens un ANO pārstāvis Sairuss Vēnss prezentēja starptautiskās kopienas miera plānu, kuru serbi viennozīmīgi noraidīja. ES diplomātija sasniedza savu kulminācijas punktu un sabruka (*Dinan*, 2000). Turpmākā ES miera uzturēšana tika reducēta līdz humānās palīdzības piegādei cietušajiem reģioniem. Vērts pieminēt, ka viena no pirmajām KĀDP kopējām rīcībām attiecās tieši uz humānās palīdzības konvojiem Bosnijā. 1994.gadā ES uzņēmās atbildību par Mostaras pilsētas administrēšanu.

Pēc Dienvidslāvijas kara ES miera uzturēšanas pasākumi savā vairākumā koncentrējās uz Balkānu reģionu, tomēr daži KĀDP dokumenti attiecās arī uz citām valstīm. Līdz 1999.gadam kopējās rīcības bija attiecinātas uz Krieviju, Dienvidāfrikas Republiku un Zairu (novērotāji parlamenta vēlēšanās), kopējās pozīcijas – uz Balkāniem, Tuvajiem Austrumiem, Mjanmu un Zimbabve (*McCormick*, 2005). Kad krīze draudēja pārvērsties par bruņoto konfliktu, tur ES nebija spējīga plaši rīkoties. 1998.gadā, kad uzliesmoja etniskais konflikts serbu provincē Kosovā, ES atturējās no aktīvas darbības un atbalstīja ANO Drošības Padomes rezolūciju par NATO spēku izvietošanu Kosovā. Tas spilgti parādīja organizācijas militāro vājumu (*McCormick*, 2005). Turpmākā kopējās aizsardzības politikas attīstība bija tieša reakcija uz Kosovas krīzi.

Eiropas Savienības ārējās, drošības un aizsardzības politika tika iestrādāta ne tikai Līgumā par Eiropas Savienību, kas noteica vispārējo politikas ietvaru, bet arī vairākos Eiropadomes sammitu noslēguma aktos un Eiropas Komisijas izstrādātajos dokumentos (sk. zemāk).

- Amsterdamas līgums (1997.gads) izmainīja KĀDP saturu un iekļāva Rietumeiropas Savienības (turpmāk – RES) Petersbergas uzdevumus Līgumā par Eiropas Savienību, t.i., "humānos un glābšanas uzdevumus, miera uzturēšanas uzdevumus, kaujas vienību uzdevumus krīžu pārvaldīšanā, iekļaujot miera veidošanu" (*The Treaty of Amsterdam* [Tiešsaiste]).
- Kopīgā deklarācija par Eiropas aizsardzību (1998.gads). Tajā Francija un Lielbritānija vienojās, ka "Eiropai ir jābūt stipriem militārajiem spēkiem, kas varētu strauji reaģēt uz jauniem riskiem". Deklarācija paredzēja ES miera uzturētāju sūtīšanu, ja konfliktos neiejaucas NATO, un NATO un RES infrastruktūras izmantošanu miera uzturēšanas operāciju vadībai.
- Helsinku vadošais mērķis 2003 (*Helsinki Headline Goal 2003*, 1999.gads), kurā tika noteikts, ka līdz 2003.gada beigām ES ir jābūt spējīgai nodrošināt 50 līdz 60 tūkstošus karavīru ar kaujas gatavību 60 dienas, un kuri var veikt "Petersbergas uzdevumus". Dokuments iezīmēja ES miera uzturēšanas mehānismu militāro operāciju veikšanai un civilajai krīžu pārvaldīšanai.
- Nicas līguma Deklarācija par Eiropas drošības un aizsardzības politiku (2001.gads), tā iekļāva EDAP Eiropas Savienības 2.pīlārā.
- Eiropas drošības stratēģija (2003.gads), kas pasvītroja daudzpusējās sadarbības vitālo svarīgumu, lai nostiprinātu Eiropas drošību, un identificēja galvenos draudus: terorismu, masu iznīcināšanas ieroču izplatību, reģionālos konfliktus, draudus valstu pastāvēšanai un organizēto noziedzību.

Par rīcībpolitikas instrumentiem, uz kuru pamata tiek iniciēti *visi* miera uzturēšanas pasākumi, palika kopējās pozīcijas un kopējās rīcības, bet tām tika pievienotas vēl kopējās stratēģijas (*common strategies*), kuras ir galvenās politiskās vadlīnijas ES dalībvalstu kopējo interešu jomā. Ja pozīcijas un rīcības ES Ministru Padome pieņem pēc kvalificētā balsu vairākuma principa, tad stratēģijas tā pieņem pēc vienprātības principa. Ir jāatzīmē, ka jebkura ES miera uzturēšanas operācija tiek uzsākta uz Ministru Padomes kopējās rīcības pamata.

Persona, kas koordinē drošības un aizsardzības politiku, ir KĀDP Augstais pārstāvis (viņš vai viņa vienlaicīgi ir ES Ministru Padomes ģenerālsekretārs, Rietumeiropas Savienības ģenerālsekretārs, Eiropas aizsardzības aģentūras prezidents). Viņš vai viņa nodrošina kontaktus ar trešajām valstīm ES vārdā ar prezidējošās valsts dotām pilnvarām, veicot nozīmīgas preventīvās diplomātijas funkcijas. KĀDP Augstajam pārstāvim viņa darbā palīdz Politikas plānošanas un agrās brīdināšanas vienība (*Policy Planning and Early Warning Unit*). Šī vienība analizē potenciālo krīžu vai konfliktu zonas un sastāda rīcībstratēģijas projektus, galvenokārt koncentrējot uzmanību uz Balkāniem un Tuvajiem Austrumiem (*Schneckener*, 2002).

ES Nicas sammitā 2000.gadā tika pieņemts lēmums izveidot EDAP politiskās un militārās struktūras, kas veiks krīžu pārvaldīšanas funkcijas: Politikas un drošības komiteja (*Political and Security Committee*). Tā analizē starptautisko situāciju un formulē KĀDP un EDAP politikas aspektus, iesniedzot tos Ministru Padomei; kontrolē politikas īstenošanu; vada politisko dialogu par aizsardzības un militārajiem jautājumiem ar NATO; koordinē militāro spēju attīstību.

Tajā pat laikā Eiropas Savienība nolēma attīstīt krīžu pārvaldīšanas civilo elementu. 2002.gadā tika izveidota Krīžu pārvaldīšanas civilo aspektu komiteja (*Committee for the Civilian Aspectsof Crisis Management*), kas atskaitās tieši PSC. Tika izdalītas četras galvenās darbības jomas:

1. starptautiskā policijas darbība;
2. likuma varas nostiprināšana;
3. civilā administrēšana;
4. civilā aizsardzība.

Par primāro mērķi tiek uzskatīta pirmā joma, kurā bija nolemts sasniegt 5000 policistu skaitu līdz 2003.gadam, kas var aizvietot vai apmācīt vietējo policiju. Šis nolēmums tika testēts 2007.gada rudenī, kad ES misijas Kosovā plānošanas ietvaros uzaicinātās ES dalībvalstis tika aptaujātas par policijas speciālistu skaitu, ko tās varētu nosūtīt misijās. Diemžēl rezultāti izrādījās vairāk nekā neapmierinoši. 2003.gadā Ministru Padomes sekretariāta ietvaros tika izveidota maza Policijas vienība, kas plāno un koordinē policijas operācijas (*Earle*, 2004).

2004.gadā tika izveidota arī Eiropas aizsardzības aģentūra (*European Defence Agency*) ar mērķi uzlabot ES aizsardzības spējas krīžu vadīšanā un stiprināt EDAP kopumā. Tā nosaka un attīsta militārās spējas, noteiktas Vadošajā mērķī 2010, kā arī veicina balstīto uz pētniecību un tehnoloģijām Eiropas aizsardzību.

2003.gada martā Eiropas Militārais Štābs uzsāka savu pirmo miera uzturēšanas operāciju bijušajā Dienvidslāvijas Republikā Maķedonijā. Operācijā *Concordia* (31.03.–15.12.2003.) piedalījās 400 karavīru no 26 valstīm, un to uzdevumi bija: veicināt miera vienošanās punktu izpildi, atbalstīt

starptautiskās aģentūras viņu darbā, vākt informāciju (klasiskie miera dibināšanas uzdevumi). Šī misija izmantoja NATO infrastruktūru valstī, kā arī operācijas vadīšanai tika izmantots NATO Galvenais militārais štābs. Eiropas Savienība novērtēja savu pirmo militāro operāciju kā veiksmīgu, uzsverot drošības situācijas stabilizāciju valstī un vardarbības aktu skaita samazināšanos. ES nolēma turpmāk koncentrēties uz konkrētajiem uzdevumiem, kā organizēta noziedzība vai narkotiku pārvadāšana, un aizstāja karavīrus ar policijas misiju EUPOL-Proxima(15.12.2003.–14.12.2005.).

Dienvidslāvijas konfliktā ES izmantoja visus iespējamos miera uzturēšanas instrumentus, kā ekonomiskās sankcijas, starpniecība, daudzpusējās sarunas, diplomātisku atzīšanu, kas nedeva rezultātu. Pirmkārt, karš Horvātijā sākās 1991.gada februārī, bet Līgums par Eiropas Savienību tika ratificēts tikai 1993.gada 1.novembrī Bosnijas kara laikā. Otrkārt, dažas ES dalībvalstis rīkojās atsevišķi, ignorējot kopējo ES politiku, – Vācija vienpusēji atzina Slovēnijas un Horvātijas neatkarību, Grieķija vienpusēji ieviesa ekonomisko embargo pret Maķedoniju (*Marsh*, 2005). Treškārt, jau no konflikta sākuma dažas ES dalībvalstis paļāvās uz NATO un ASV starpniecību. Līdzīga situācija atkārtojās pēc trim gadiem Kosovā.

Līdz 2008.gadam ES miera uzturēšanas operācijas ir bijušas maza mēroga misijas, kas veica šauras miera dibināšanas funkcijas. Tās tika izvietotas konflikta zonā kā palīglīdzeklis citai starptautiskajai organizācijai, nevis kā starptautiskās kopienas daudznacionāls kontingents, lai pildītu daudzdimensionālās miera uzturēšanas uzdevumus. Šīs misijas ir bijušas īslaicīgas, jo ES trūka plānošanas, koordinēšanas un piegādes patstāvības. (*Gordon*, 2004).

Lēmumu pieņemšanas līmenī jautājumi par miera uzturēšanas pasākumiem iekļaujas EDAP, kas nav klasiska pārnacionālā rīcībpolitika kā, piemēram, kopējā lauksaimniecības politika vai reģionālā un struktūrpolitika. Tas ir tāpēc, ka aizsardzība un drošība izriet no katras ES dalībvalsts nacionālajām interesēm, un no šīm interesēm ir atkarīga EDAP darbība un attīstība. Spilgts piemērs būtu ES militārā operācija Kongo DR, kas bija Francijas iniciatīva, – pārējās ES dalībvalstis bija vienaldzīgas pret konfliktu Kongo.

3. ES misijas EULEX- Kosovo pozicionēšana no 2008.gada līdz 2013.gadam

No 2008.gada sākuma līdz šīm brīdim ES ir ieguldījusi 613.8 miljonus eiro tās tiesību varas misijā Kosovā EULEX-Kosovo. Tomēr EULEX visā tās attīstības procesā ir saskāries ar skarbu kritiku un dažādiem traucējumiem tā darbības gaitā, galvenokārt no Kosovas un Serbijas valdības puses, bet arī no starptautiskajām institūcijām. Kopējais budžets un dažu misijas oficiālo pārstāvju paziņojumi gan misijas darbības sākumposmā, gan vēlāk par tās ambīcijām ieņemt ne tikai novērotāja lomu, bet aktīvi cīnīties pret organizēto noziedzību un korupciju ir, iespējams, izrādījušies ne tikai pārlieku ambiciozi, bet arī radījuši nepamatoti augstas cerības Kosovas iedzīvotājos.

Neskatoties uz to, vai solījumi cīnīties pret šiem nopietnajiem sabiedriskās kārtības un drošības apdraudējumiem bija vai nebija reālistiski, tie nav īstenojušies dzīvē. Organizētā noziedzība un korupcija turpina eksistēt plašā apmērā nu jau pēc pieciem gadiem, kopš misija ir izveidota. Korupcija un politiskās ietekmes līmenis Kosovas tiesību aizsardzības institūciju vidē turpina savu graujošo darbību. Ir vērts uzsvērt, ka ir ļoti būtiska atšķirība misijas darbības novērtējumā, kas pausts no Kosovas vadības puses (Prezidents, Iekšlietu un Tieslietu Ministri), Kosovas civiliedzīvotāju puses, ES lēmējinstitūciju puses Briselē un pašas misijas vadības puses. Interesanti, ka Kosovas civiliedzīvotāju

apmierinātība ar EULEX darbu ir tikai 22 procenti, kamēr Misijas darbu par veiksmīgu atzīst 70% ES pārstāvju Briselē (Kursani, 2013). Arī pārējo starptautisko organizāciju, kas darbojas Kosovā, vadība ir sniegusi ne tik pozitīvus novērtējumus par EULEX-Kosovo darbību un sadarbības formām ar citām organizācijām. Tā NATO ģenerālsekretārs Anders Fogs Rasmussens (*Anders Fog Rasmussen*) ir paudis kritiku, ka Misijai ir nepietiekošs personāls, un tādēļ arī NATO/ KFOR darbs ir stipri traucēts. Līdzīgus komentārus ir paudis arī Vācijas aizsardzības ministrs Tomass de Maiziere (*Thomas de Maiziere*), kas galvenokārt kritizējis misiju par tās atrašanos uz nepareiza ceļa (Kursani, 2013).

EULEX saskaras ar lielu daudzumu dažādu problēmu, kas bieži vien netiek ņemtas vērā kritikas gadījumā. EULEX ir pirmā ES šāda mēroga un mandāta civilā miera uzturēšanas spēku misija. Misijai ir grūtības ar personāla atlasi un izvietošanu, tai ir jānodarbojas ar pastāvēšanas tiesiskajiem aspektiem un jāsaskaras ar virkni sarežģījumu likumu piemērošanas jomā. Misijai nav centralizētu personāla atlases procedūru, jo darbinieku nosūtīšana Misijām ir pamatā nosūtītājvalsts lēmums, kā arī šī darbinieka pozicionēšana amatā lielā mēra ir atkarīga no nosūtītājvalsts. Kosovas vadība ir vairākkārt uzsvērusi, ka tā izjūt nepietiekamu Misijas atbildību pret Kosovas iedzīvotājiem un valsts vadību. Tādējādi rodas jautājums, vai par neapmierinošiem novērtētie Misijas rezultāti ir saistīti ar augšminētajām problēmām vai arī cilvēku ticība un cerības attiecībā pret EULEX ir bijušas nepamatoti augstas vai neatbilda Misijas mandātam? Vai arī problēmas ir ar pašu misijas mandātu? Vai arī tas ir lokālais vai reģionālais politiskais un ģeopolitiskais stāvoklis, kas nosaka Misijas mandāta atbilstību tās rezultātiem? Vai arī ietekmes apjoms no Briseles lēmējinstitūciju puses ir tas, kas nosaka pārāk lielā mērā šīs misijas gaitu un attīstību? Šie un daudzi citi jautājumi ir aktuāli misijas veiksmīgas funkcionēšanas novērtēšanai un ieteikumu sniegšanai.

Nedrīkst aizmirst, ka EULEX tika izveidots laikā un vietā, kur dominēja unikāli politiskie apstākļi. Misiju bija jāizvieto tā, lai tas neradītu sarežģījumus nedz ar Serbiju, nedz ar Kosovu. Turklāt liela nozīme bija ne tikai KĀDP kopējai politiskajai nostājai, bet jau plānotās misijas izpildu funkciju nodrošināšanai ar nepieciešamajiem resursiem, tehnisko un likumisko bāzi. Politiskā plānā no Kosovas viedokļa Misijas izvietošana bija pamatota ar Ahtisāri Plānu *(Ahtisaari Plan*), kas nebija pieņemams Serbijai. No Serbijas puses EULEX izvietošana bija akceptēta ar to, ka misijas savā darbībā pozicionēsies ar neitrālu statusu (*status neutral*) un ievēros ANO ģenerālsekretāra 6.punkta plānu, pret ko savukārt iebilda Kosova. Tādā politiskā gaisotnē tad arī 2008.gadā tika izvietota un savu darbību uzsāka ES skaitliski lielākā misija, kura aptuveni viena gada laikā pārņēma tiesu varas funkciju daļu no tā priekšteča ANO misijas Kosovā (*engl: UNMIK, UN Interim Administration Missionin Kosovo).*

Lai nodrošinātu ES politisko pārstāvību Kosovas teritorijā, bez EULEX tikai izveidots Starptautiskais civilais birojs, kas nodarbojās galvenokārt ar politisku jautājumu risināšanu, ieskaitot konsultāciju sniegšanu jaunizveidotajai Kosovas vadībai. Pēc četru gadu darbības un līdzāspastāvēšanas ar EULEX-Kosovo 2012.gada septembrī Kosovu atstāja Starptautiskā civilā biroja darbinieki (*International Civilian Office*). Šis birojs bija atbildīgs par politiskajiem un savā ziņā arī likumdošanas un administratīva rakstura Kosovas attīstības virzieniem. Kopš 2012.gada septembra Kosovas valdības un ES attiecības ir būtiski mainījušās, jo, lai nodrošinātu EULEX mandātu pēc 2012.gada 10.septembra, Kosovas un ES vadībai bija jāatrod likumīgs veids, kā organizēt turpmāko sadarbību. Būtiska loma šī konceptuālā lēmuma pieņemšanai bija EULEX-Kosovo "piederošās" izpildu funkcijas.

Šāds likumīgs turpmākās sadarbības veids arī tika atrasts, un Kosovas parlamentam bija nepieciešams balsot ar vismaz 2/3 balsu par, lai Kosovas Prezidentei būtu leģitīmas tiesības sūtīt uzaicinājuma vēstuli

ES Augstai Pārstāvei Katrīnai Aštonei turpināt EULEX-Kosovo darbību mandāta ietvaros līdz iepriekš noteiktajam laikam, kas ir 2014.gada 14.jūnijs. Ar šo varētu iezīmēt nosacīti jaunu posmu komunikācijas attīstībā gan no komunikācijas teorijas viedokļa, gan arī no juridiskā viedokļa. Protams, misijas mandāta izpilde Kosovā ir un paliek sarežģīta. ES personāls darbojas salīdzinoši jaunā un nestabilā politiskā vidē ar likumiem un normatīviem aktiem, kas personālam ir būtiski jauni, salīdzinot ar nosūtītājvalstu jurisdikciju. Tiesneši, prokurori un policijas darbinieki izpilda savas funkcijas, pamatojoties uz leģitīmi apšaubāmas juridiskās bāzes pamata (*Koeth*, 2010). Šāda ir aktuālā situācija 2013.gadā.

4. Misijas personāls – atslēgas raksturlielums

Sākot apskatīt šo jautājumu, ir jāatzīst, ka visi EULEX-Kosovo vadītāji līdz šim brīdim ir pārstāvējuši citas sfēras, un neviens no Misijas vadītājiem nav strādājis juridiskā vai ar tiesu varu saistītā jomā. 2008.gada 7.februārī ES Politiskā un Drošības padome nolēma par Misijas vadītāju nozīmēt Francijas pārstāvi, bijušo KFOR (*NATO militārā misija*) vadītāju, armijas ģenerāli Īvude Kermabonu *(Yvesde Kermabon*). Divus gadus vēlāk, 2010.gada 27.jūlijā misijas vadītāja amatā tiek nozīmēts cits Francijas pārstāvis, arī bijušais KFOR vadītājs, armijas ģenerālis Ksavjiers Būts de Marnaks (*Xavier Bout de Marnac*) uz sākotnējo termiņu – diviem gadiem. Pēc vairākkārtējas īstermiņa mandāta pagarināšanas Marnaka kungam 2012.gada 4.decembrī tiek nozīmēts trešais EULEX-Kosovo vadītājs, kas ir jau Vācijas pārstāvis, bijušais Vācijas vēstnieks Albānijā Bernds Borhards (*Berndt Borchard*). Rodas pamatots jautājums, kāda argumentācija tiek izmantota misijas vadošā personāla atlasē, ja tās pamatmandāts nosaka, ka EULEX ir "tehniska likuma varas misija".

Lai gan misijas mandāts jeb pilnvaras ir ļoti plašs un ambiciozs, tas tomēr ir tikai vienā, nosacīti šaurā sfērā – likuma varas ievērošanas jomā. Pētījuma ietvaros lielāko interesi izraisa nevis Misijas novērošanas funkciju ieviešana, bet tieši izpildu funkciju veikšana un tās rezultāti. Protams, šī ES lielākā miera uzturēšanas operācija savā ziņā rada precedentu arī novērošanas funkciju attīstībai komunikācijas perspektīvas griezumā, tomēr izpildu varas funkciju pielietošana misijai dot visvairāk tai izvirzīto mērķu sasniegšanai, kā "nodrošināt, lai kara noziegumi, organizētās noziedzības un korupcijas lietas tiktu pienācīgi izmeklētas un iztiesātas, kur nepieciešams, kopā ar Kosovas tiesu varas pārstāvjiem vai atsevišķi" (*Council Joint Action*, 2008).

2009.gada aprīlī, laikā, kad misija sasniedza tās pilno kapacitāti personāla jomā (aptuveni gadu pēc tās uzsākšanas), tajā bija aptuveni 1700 liels cilvēku skaits. Aptuveni 60% no cilvēkresursiem tika veltīti policijas jomai un tikai 13% tieslietu jomai. Atlikušais darbinieku skaits bija iesaistīts gan misijas vadības, gan administrācijas funkciju nodrošināšanā.

Jāatzīst, ka dažādas socioloģiskās aptaujas un pētījumi, kas veikti Kosovā, liecina, ka tieši Kosovas Policija bija un ir organizācija, kurai uzticas visvairāk Kosovas iedzīvotāju (*Kursani*, 2013). Tieslietu sektors tieši pretēji ir bijis atzīts par viskorumpētāko sektoru Kosovā 2009.gadā, bet arī tagad situācija ir palikusi bez būtiskām izmaiņām. Tam līdzi nāk arī politiskās ietekmes faktors tieslietu sektorā, kas nosaka, ka ir būtiski pārkāpumi proporcionālos varas dalīšanas pamatprincipos (lēmējvara/ izpildvara/ tieslietas). Lai gan misijas personāla kopskaits ir ambiciozs, tomēr EULEX nekad nav varējis aizpildīt personāla vakances pilnībā. 2009.gada aprīlī misijai joprojām trūka 20–25% personāla. Tomēr tieslietu sektorā šis iztrūkums bija 40% no paredzētā. Ir pašsaprotami, ka, ja šāda situācija saglabājas ilgākā laika periodā, tas nevar neatstāt iespaidu uz misijas kopējiem rezultātiem.

Pēc misijas restrukturizācijas 2012.gadā, tās trīs vadošie komponenti (policija, tieslietas un muita) tika pārveidoti divos komponentos, nosacīti dēvētos par izpildu (*executive*) un novērošanas (*strenghthening*). Misijas personāla kopskaits samazinājās par aptuveni 25%. Lielākais personāla samazinājums bija policijas sfērā, tomēr tas nedeva tik nepieciešamo skaitlisko cilvēkresursu pieaugumu tieslietu jomā. 2013.gada janvārī EULEX rīcībā ir 36 tiesneši un 24 prokurori (*Kursani,* 2013). Jāatzīmē, ka, lai gan visi prokurori nodarbojas ar krimināllietām, tomēr ne visi EULEX tiesneši ir iesaistīti krimināllietu iztiesāšanā, kas saistās ar organizēto noziedzību un korupciju, kā arī kara noziegumu iztiesāšanu. Daļa tiesnešu nodarbojas ar civillietām (arī īpašumtiesību jomā), citi savukārt ir iesaistīti apelācijas lietu izskatīšanā un darbojas konstitucionālās tiesas līmenī.

Ir jāatzīmē arī cits misijām nozīmīgs apstāklis. Aptuveni 80% no misijas personāla parasti ir nosūtīti misijas rīcībā no dažādām ES valstīm vai trešajām misijas dalībvalstīm (*engl. – seconded personnel*). Šajā gadījumā personāla darbības laiks misijā ir cieši saistīts ar nosūtītāja valsts iekšējo likumdošanas bāzi un normām. Parasti valstis nosūta savus dalībniekus misijās uz vienu gadu, kas retos gadījumos var tikt pagarināts līdz diviem gadiem. Šāda ir arī Latvijas normatīvā bāze. Protams, šāds termiņš ir pārlieku īss, lai sniegtu pārliecinošus rezultātus organizētās noziedzības un korupcijas izmeklēšanas un šādu lietu iztiesāšanas jomās. Tādējādi bieži vien praksē ir situācijas, ka līdz laikam, kas ES personālam nepieciešams, lai iepazītos ar Kosovas likumiem, kriminālprocesu un tiesvedības procedūrām, ar konkrētiem izmeklēšanas procesiem un iztiesājamām lietām, misijas dalībniekam ir jau jāatgriežas tā nosūtītājvalstī pie savu iepriekšējo pienākumu pildīšanas. Protams, šo jautājumu ir iespējams daļēji risināt ar līguma attiecību palīdzību, jo tiesneši un prokurori daudzās valstīs var lūgt neapmaksātu atvaļinājumu, tādējādi saglabājot savus, bieži vien vēlētus amatus vai amatus, kuros tie bijuši iecelti. Tomēr, neiedziļinoties šī jautājuma detaļu atspoguļošanā, jau droši var secināt, ka misijas darbinieku skaitam un mandāta izpildījumam ir tieši atgriezeniska saite. Ir ļoti apšaubāmi, ka progress organizētas noziedzības un kara noziegumu izmeklēšanas lietās varētu būt iespaidīgāks, ja netiks atrasti mehānismi veiksmīgākai sadarbībai ar nosūtītājvalstīm.

Atsevišķi nozīmīgs ir jautājums par misijas personāla kvalitāti. Jo īpaši sfērās, kur tiesnešiem, prokuroriem, policijas izmeklētājiem ir jānodarbojas ar izpildu funkcijām. Droši var apgalvot, ka neprofesionāls tiesnesis, prokurors vai policijas darbinieks nevar veikt organizētās noziedzības vai korupcijas lietu izmeklēšanu profesionāli, tādējādi nodrošinot likuma varas ievērošanu. No tiesību viedokļa ir vēl kāds, nebūt ne mazsvarīgs jautājums. Misiju un konkrēti EULEX-Kosovo sastāvā ir jurisprudences pārstāvji, kas pārstāv dažādas, tā sauktās tiesību skolas: kontinentālās tiesības (liela daļa ES valstu un arī Latvija) un paražu tiesības (Anglija, ASV, u.c.). Turklāt misijās tiek pārstāvētas valstis, kurās ir "hibrīdsistēma", kas izpaužas tā, ka valstu likumos un normatīvos aktos tiek piemēroti gan paražu, gan konstitucionālo tiesību principi, kā Francija. Pašsaprotami, ka laikā un vietā, kur sastopas visu šo "skolu" pārstāvji, daļai no tiem var būt zināmas grūtības apgūt Kosovas likumus un iejusties darba ikdienā.

Bez izpildvaras misijām ir arī novērošanas funkcijas. Protams, izpildot šīs funkcijas, misijai vairs nav aktuāli, uz cik ilgu periodu ir nosūtīts atbildīgais personāls, bet ir aktuāla kvalitāte. Ir būtiski nepieļaut situācijas, kurās padomdevējs būtu profesionāli vājāks vai pārstāvētu citu jomu, kā lokālais personāls, kuram šie padomi ir adresēti. Tas arī vistiešākā veidā ietekmē komunikāciju un tās kvalitāti. Praksē ir novērotas situācijas, kad ES dalībvalstis ar to pārstāvju Briselē starpniecību uzstāj uz šo valstu personāla izvietošanu nozīmīgos stratēģiskos vai citos misijas amatos, pamatojot to ar kandidāta atbilstību amata pienākumiem, bet praksē izrādās, ka zināšanas un prasmes, ko šāds padomdevējs

varētu tālāk nodot saviem vietējiem partneriem, ir nepietiekošas, vai pastāv citā sfērā vai specializācijā. Tādējādi izkristalizējas jau nākamā atgriezeniskā saite, kas iezīmē, ka to, cik veiksmīga būs personāla atlase, lielā mērā nosaka nosūtītājvalsts iekšējā sistēma personāla nominēšanas misijām un kritēriji, pēc kādiem valstis savā iekšienē klasificē speciālistus ES misijām.

5. EULEX-Kosovo rezultāti izpildu funkciju īstenošanā attiecībā pret Kosovas tiesību speciālistu rezultātiem

No 2008.gada līdz 2012.gada beigām EULEX darbinieki ir izmeklējuši un iztiesājuši lielu daudzumu kriminālnoziegumu, vai piedalījušies šajos procesos dažādos citos veidos, kā tas noteikts misijas mandātā. Tomēr, ņemot vērā apstākli, ka no starptautiskās misijas tika sagaidīti rezultāti tieši organizētās noziedzības apkarošanā un "augsta līmeņa" krimināllietu virzīšanā, šie rezultāti neapmierina Kosovas vadību.

Pēc pieejamajiem datiem ir izsniegti aptuveni 380 spriedumi; no tiem 306 ir spriedumi krimināllietās, un tikai 51 no tiem attiecas uz organizētās noziedzības un korupcijas lietām (*Kursani*, 2013). Aptuveni rēķinot, tas nozīmē to, ka no 2008.gada katrs EULEX tiesnesis vidēji gadā ir piedalījies 2,1 iztiesāšanā. Turklāt tikai 10 spriedumi gadā ir vidēji nopietnās organizētās noziedzības un korupcijas lietās, kas veido 0,29 spriedumus gadā. Protams, lai statistika būtu precīzāka, ir jāņem vērā arī tās krimināllietas, kas joprojām atrodas iztiesāšanas stadijā un kurās spriedums vēl nav pasludināts. Savukārt EULEX prokurori ir piedalījušies vairāk kā 2078 lietu izmeklēšanā. Kopsummā ar secināt, ka vidēji katra EULEX prokurora lietvedībā ir 18 lietas gada laikā.

Attiecīgi jāmin, ka Kosovā ir 192 krimināllietu tiesneši. Tikai 2011.gadā tiesneši ir pasludinājuši 8,378 spriedumus krimināllietās, no kuriem 182 spriedumi bija organizētās noziedzības un korupcijas krimināllietās. Tas savukārt norāda, ka katrs tienesis vidēji gadā pasludina 44 spriedumus, kas veido 0.94 spriedumus organizētās noziedzības un korupcijas lietās. Kosovā ir aptuveni 100 prokuroru. Statistika liecina, ka 2011.gada laikā Kosovas prokurori izmeklēja 792 organizētās noziedzības un korupcijas krimināllietas. Četrpadsmit Kosovas prokurori nodarbojas tikai ar korupcijas lietām.

Salīdzināšanas nolūkos ir jāmin, ka, ja EULEX gada budžets sasniedz 114 miljonus eiro, tad Kosova tās tiesību aizsardzības iestādēm gada laikā iedala vidēji 151 miljonu eiro. Šī summa ir sadalīta starp: 1) Iekšlietu ministriju, 2) Tieslietu ministriju; 3) muitu un 4) citām neatkarīgām tieslietu institūcijām un aģentūrām. Kopumā iekšlietu un tieslietu sistēmā Kosovā darbojas 17 000 ierēdņu.

Protams, nedz misija, nedz Kosovas institūcijas nav tieši salīdzināmas pēc to funkcijām vai pienākumiem, tomēr jau augstāk norādītie statistikas dati ļauj veikt dažus secinājumus. Apkopojot var spriest, ka Kosovas krimināllietu tiesās ir 5 reizes vairāk tiesnešu, tomēr viņu rezultāts ir tikai 3 reizes vairāk izskatītu organizētās noziedzības un korupcijas lietu nekā EULEX tiesnešiem. Tas var nozīmēt to, ka Kosovas tiesneši strādā ar mazāku efektivitātes rādītāju vai arī viņiem nav vēlēšanās vai zināšanu strādāt ar nopietnāka līmeņa lietām, kas ir EULEX pārziņā. Tas pats ir attiecināms uz prokuroriem. Kosovā ir 4 reizes vairāk prokuroru, kā EULEX, bet viņu rezultāti tikai 2 reizes pārsniedz EULEX prokuroru rezultātus. Kosovas budžets tiesībaizsardzības iestādēm ir tikai 1,3 reizes lielāks, nekā EULEX budžets, bet Kosova velta vienam kriminālprocesam 111 reizes mazāk un vienai organizētās noziedzības lietas izskatīšanai 15 reizes mazāk līdzekļu nekā EULEX.

Tādējādi var apgalvot, ka kritika, kas ir veltīta EULEX personāla mazskaitlīguma ietekmei uz neapmierinošajiem rezultātiem, nav pamatota. Misijā katru gadu tiek ieguldīti nopietni līdzekļi, kas nāk no ES dalībvalstu nodokļu maksātāju budžeta un misijas tiek nodrošināta ar šo valstu personālu, kas tiek nodots misijas rīcībā. Tomēr, modificēta personāla atlase un/ vai personāla funkciju pārdale varētu būtiski uzlabot situāciju misijas izpildu mandāta ieviešanā. Zīmīgi, ka arī Kosovas politikas pētnieki izvirza tēzi, ka EULEX cilvēkresursu pārdale un to veltīšana specifiski augsta līmeņa lietu izmeklēšanai tieslietu un policijas (izmeklēšanas) sektorā paaugstinātu EULEX efektivitāti (*Kursani*, 2013).

6. EULEX-Kosovo krīzes komunikācijas modeļa ekspress-analīze uz situatīvas analīzes modeļa bāzes

Jau neatkarības pasludināšanas laikā 2008.gadā bija skaidrs, ka Kosovas iedzīvotāji un tiesību struktūras neuzstādīs kā prioritāti noziedzības apkarošanu, jo sevišķi augsta līmeņa noziegumu apkarošanu, kā tas būtu organizētās noziedzības vai korupcijas gadījumos. Vēl jo vairāk – būtu bijis neprofesionāli ieplānot kara noziegumu izmeklēšanas lietas nodot Kosovas institūciju rokās. Kosovas tiesību speciālistiem vēl bija svaigas atmiņas par 1998.–1999.gadu notikumiem, ko starptautiskā sabiedrība mēdz dēvēt arī par konfliktu, bet Kosovas iedzīvotāji nebeidz saukt par karu.

Iepriekšējā nodaļā atspoguļotie statistikas dati skaidri norāda, ka Kosovas tiesību aizsardzības iestādes diezgan atturīgi iesaistās nopietnu noziegumu izmeklēšanā. Tāpat Kosovai nav sveši incidenti, kuros ir minēts politiskais spiediens tieslietu jomā. Lai gan nav dzirdēts, ka kāds tiesnesis vai prokurors būtu zaudējis dzīvību, tomēr ir bijuši reģistrēti draudu gadījumi. Atsevišķās kriminālllietās to dažādās stadijās ir bijušas situācijas, kad mīklainos apstākļos dzīvību zaudējuši liecinieki vai cietuši. Ir jāuzsver, ka bieži vien šāds liecinieks vai cietušais ir vienīgais, kas var pastiprināt pārējo pierādījumu spēku, turpretī, ja nav liecinieka organizētās noziedzības, korupcijas vai kara noziegumu lietā, tad šāda kriminālllieta var nekad nenonākt līdz pat līdz tiesai, neminot pat notiesājoša sprieduma varbūtību. Protams, praktiski visos šajos gadījumos var tikai operēt ar jēdzienu "mīklaini gadījumi", jo pierādījumu, kā ierasts, nav. Šādi "mīklaini un neskaidri" gadījumi veicina gan tieslietu pārstāvju, gan arī civiliedzīvotāju neuzticību varas struktūrām.

Lai labāk ilustrētu citu komunikācijas aspektu starp misijas personālu tā funkciju izpildes ietvaros un Kosovas sabiedrību, turpmāk tiek dota situatīva analīze vienai relatīvi nesenai situācijai.

EULEX-Kosovo 2012.gada novembrī uzrādīja apsūdzību bijušajam Kosovas Transporta Ministram Fatmiram Limajam (*Fatmir Limaj*). Nozīmīga ir arī šī gadījuma priekšvēsture, jo neilgi pirms šīs apsūdzības uzrādīšanas, pret Limaja kungu norisinājās tiesas process, kurā viņš tika tiesāts par tā sauktiem kara noziegumiem. Šajā tiesvedībā pirmās instances tiesā viņš tika attaisnots, bet 2012.gada novembrī pēc EULEX prokurora pārsūdzības izskatīšanas Augstākā tiesā tiesa pieņēma lēmumu pārsūdzību daļēji apmierināt un nozīmēja "kara noziegumu" lietas atkārtotu izskatīšanu. Protams, šo apstākļu sakritība viena mēneša laikā neatstāja vienaldzīgus ne tikai viņa, kā "kara varoņa" un "kara veterāna" atbalstītājus, bet arī daudzus citus civiliedzīvotājus. Mesu mediji nāca klajā ar virkni dažādu pieņēmumu un versiju. Limaja kunga partijas biedri savukārt saskatīja šajās aktivitātēs nevis tiesas neatkarību, bet gan organizētu un plānotu atriebības akciju. Rezultātā situācijā iesaistījās arī Kosovas premjerministrs, apgalvojot, ka EULEX-Kosovo aiztur "kara varoņus aiz mūsu mugurām" un ka tā nav "justīcija, bet tas ir kauns un klajš apvainojums". Premjera pārstāvētās partijas biedrs, kurš ieņēma

visagresīvāko nostāju pret EULEX, Adems Garbovci (*Adem Grabovci*) pat uzstāja, lai EULEX mandāts tiktu pārskatīts bez vilcināšanās. Tas viss, protams, norāda, cik lieli draudi pastāv tiesu varas neatkarībai. Pēc aptuveni vienas nedēļas ilgušajiem masu mēdiju publicētajiem un ziņotajiem apvainojumiem pret EULEX masu medijos parādījās telefonsarunu noklausīšanās materiāli. Publiskotā informācija iekļāva gan visskaļākā oponenta Adema Grabovci oficiālās sarunas viņa, kā valdības biedra sastāvā, gan arī privātās sarunas, kas parādīja gan oficiālo personu iesaistīšanos nepotismā, kā arī savu partijas biedru aprunāšanā.

Sabiedrības saglabāja kopējo viedokli, ka šāda situācija, kā minimums, apkauno pašu galveno varoni Ademu Grabovci. Misijas pārstāvji savukārt preses relīzēs apstiprināja, ka sarunu ieraksti, kas šajā gadījumā ir klasificēti, kā pierādījumi kriminālllietā, kopā ar citiem pierādījumiem tika iesniegti apsūdzēto personu advokātiem, kā to paredz likums, taču pilnīgi noteikti noliedza, ka jebkurš no Misijas pārstāvjiem būtu izplatījis ierakstus masu medijiem. Daļa no ieinteresētās sabiedrības uzskatīja, ka šāda informācijas nopludināšana ir EULEX "roku darbs", lai tādējādi apkaunotu galveno misijas opozicionāru. Savukārt citi uzskatīja, ka galvenais iemesls šādi nopludināšanai no Misijas puses bija gaidāmās sarunas starp Kosovas premjerministru, Serbijas premjerministru un Augsto pārstāvi Katrīnu Aštoni (*Catherine Ashton*), turpinot Kosovas–Serbijas dialogu un tādējādi vājinot Kosovas premjera pozīciju. Lai kāda arī nebūtu realitāte, šāda situācija, protams, nevar neietekmēt Misijas un tās partnera – Kosovas sabiedrības attiecības.

Kosovas valdība, neatliekot uz vēlāku laiku, izdarīja "atbildes gājienu" un apstiprināja likumu par "telekomunikāciju noklausīšanos", kas, lai gan bija sagatavots vairāk kā gadu iepriekš, netika apstiprināts tieši EULEX ieteikumu rezultātā. Jaunais likums paredzēja, ka telekomunikāciju noklausīšanās procesa pārraudzība būtu tieši Kosovas izlūkošanas pārvaldes pārziņā, kura pakļaujas tieši Valsts Prezidentam un Premjerministram. Pašsaprotami, ka tādā gadījumā EULEX ir nākotnē jāsastopas gan ar tiesiskas dabas problēmām, gan ar praktiskas dabas jautājumiem, jo šāda izmeklēšanas pasākuma turpināšana ir apdraudēta jau to sākotnējā stadijā. Šis gadījums arī lieliski ilustrē, cik cieši Kosovā ir savijušās trīs varas (lēmējvara, izpildu vara un tiesu vara), kurām pie attīstītas demokrātijas ir (lai gan jāsadarbojas simbiozē), tomēr jāpaliek neatkarīgām funkciju izpildē un lēmumu pieņemšanā.

Šī situācija, kas var tikt definēta, kā krīze krīzē, parāda, ar kādām situācijām ir jāsaskaras miera uzturētājiem gadījumos, kad misijas pilnvaras neaprobežojas tikai ar novērošanas un padomdošanas funkcijām. Tā nevarēja palikt nepamanīta arī Kosovas tieslietu pārstāvjiem, kuriem teorētiski kādā dienā ir jābūt spējīgiem nodarboties ar likuma varas īstenošanu Kosovā, tikai jau bez starptautisko miera uzturēšanas spēku līdzdalības.

Piecu gadu laikā notikusī nepārtrauktā komunikācija starp Kosovas institūcijām un ES ekspertiem ir būtiski evolucionējusi. 2012.gada novembra situācija parāda, ka 2013. un 2014.gadā var prognozēt jaunu krīžu iestāšanos komunikācijā starp ES un Kosovas sabiedrību, jo sabiedrības sagaidītais nav piepildījies vai piepildījies tikai daļēji. Augstāk izklāstītais gadījums arī parāda, ka Kosovas institūcijas jau jūtas pietiekoši nobriedušas, lai turpinātu ceļu neatkarīgi. Kosovas tieslietu speciālisti arī jūtas pietiekoši neatkarīgi un spējīgi tikt galā ar dažādiem izaicinājumiem, ar ko tiem būs jāsaskaras. Turklāt, tiem ir acīmredzama pārliecība par savu lēmumu pareizību, un sāk iezīmēties tendences arī savu starptautisko kolēģu viedokļa noliegšanā vai atklātā konfrontācijā.

Jau 2003.gadā ES ir identificējusi piecus nopietnākos drošības apdraudējumus tās pastāvēšanai: 1) terorisms, 2) masu iznīcināšanas ieroču izplatība, 3) reģionālie konflikti, 4) draudi valstu eksistencei, 5) organizētā noziedzība. Ja pirmais un otrais punkts varētu nebūt tik aktuāls Kosovas situācijas kontekstā, tad 3.–5.punkts ir ne tikai nozīmīgi, bet tie arī ir savstarpēji cieši saistīti. Organizētās noziedzības izplatība var būtiski ietekmēt valsts eksistenci, un kā sekas tam var būt jauna reģionālā konflikta rašanās. Nodaļā analizētā situācija tomēr parāda, ka Kosovas institūcijas vēl nav gatavas patstāvīgi iesaistīties kopējā ES cīņā par drošību un aizsardzību. Protams, Kosovas sabiedrība ir ceļā uz iestāšanos ES, un tās rezultāti cīņā ar nopietnākajiem drošības apdraudējumiem ir viens no kritērijiem šī procesa veiksmīgai virzībai vienlaicīgi ar Prištinas– Belgradas dialoga risināšanu un politisko jautājumu diskusiju.

Secinājumi

Autore koncentrējās nevis uz KĀDP vai EDAP vispārējo apskatu, bet pievērsa uzmanību ES miera uzturēšanas koncepcijai, mehānismam un praksei, tiecoties atbildēt uz jautājumu, vai ES ir spējīga piedalīties starptautiskā miera un drošības uzturēšanā un nodrošināt šos pašus elementus ES dalībvalstīm uz EULEX-Kosovo parauga bāzes.

Par ES miera uzturēšanas rašanos var uzskatīt 1991.gadu, kad uzliesmoja etniskais konflikts Horvātijā. Līgums par Eiropas Savienību konceptualizēja ES miera uzturēšanas instrumentus, tomēr to izmantošana bija visai ierobežota. ES ietvaros nepastāvēja struktūras, kas varētu vadīt un plānot miera uzturēšanas pasākumus. ES dalībvalstīm bija atšķirīga nostāja pret kopējās aizsardzības politikas nākotni – no atbalsta līdz ignorēšanai –, un tas veicināja NATO lomas palielināšanos.

Par lūzuma punktu kļuva Kosovas situācija, kur ES diplomātija nesniedza gaidīto efektu, bet tas kalpoja par stimulu Eiropas militārā elementa attīstībai, kuru paredzēja Amsterdamas līgums. Ļoti īsā laikā ES miera uzturēšanas koncepcija evolucionēja, radot gan attiecīgo aparātu, gan attiecīgo instrumentu. Kopš 2003.gada ES vada savas miera uzturēšanas misijas, kuru mērķis ir kontrolēt pēckonflikta situāciju un veicināt stabilitāti.

Diemžēl ir jāsecina, ka kopējās aizsardzības politikas nākotne ir atkarīga no Eiropas valstu līderu politiskās gribas un aktīva finansējuma. Aizsardzības un drošības jautājumi ir neatņemama ES sastāvdaļa. Starp tiem miera uzturēšana ir svarīga ES funkcija, lai padarītu iekšējo un apkārtējo sociālo un ekonomisko vidi par stabilu un prognozējamu. Kaut gan ir jāatceras, ka ES nav miera un drošības garants kā ANO un miera nodrošināšana nav ES primārais mērķis.

Kosovas situācija un EULEX-Kosovo rezultāti parāda, ka ES vēl nav sasniegusi tās vēlamo rezultātu miera uzturēšanas un miera veidošanas jomā, jo īpaši jautājumos par izpildu funkcijām. ES trūkst resursu un infrastruktūras arī komunikācijas griezumā. Otrkārt, neskatoties uz izveidoto mehānismu un instrumentu, nav redzama ES dalībvalstu tieksme to plaši pielietot, jo, saskaroties dalībvalstu nacionālajām interesēm, procesi palēninās. Tieši vājums lēmumu pieņemšanas līmenī raksturoja un joprojām raksturo KĀDP un KDAP attīstību. Tā ir ļoti lēna un nav gatava jauniem izaicinājumiem, tāpēc ES miera uzturēšana ir reaģējoša, nevis preventīva, un tās nākotne var būt atkarīga no politiskā kompromisa sasniegšanas, nevis no objektīvas nepieciešamības.

Līdz 2008.gadam ES miera uzturēšanas operācijas ir bijušas maza mēroga misijas, kas veica šauras miera dibināšanas funkcijas. Tās tika izvietotas konflikta zonā kā palīglīdzeklis citai starptautiskajai organizācijai, nevis kā starptautiskās kopienas daudznacionāls kontingents, lai pildītu miera uzturēšanas uzdevumus. Sadrumstalotais lēmumu pieņemšanas process traucē CDAP turpināšanai un efektivitātei, padarot to par atkarīgu no valstu politiskajām vēlmēm, nevis no objektīviem sociālās un ekonomiskās drošības apsvērumiem.

EULEX-Kosovo piemērs, kas ir pirmais ES šāda apjoma un mēroga mēģinājums nodrošināt stabilitāti un drošību pie tās tuvējām robežām, būs viennozīmīgi ņemams par bāzes analīzes paraugu citu ES miera uzturēšanas spēku misiju plānošanai un vadīšanai. Gan pozitīvi, gan negatīvi aspekti EULEX-Kosovo pieredzē dos neatsveramu ieguldījumu ES drošības un aizsardzības jautājumu risināšanā.

Izmantotās literatūras saraksts

Normatīvie akti

"A Secure EuropeIn A Better World". European Security Strategy. Brussels, 12 December 2003., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. http://ue.eu.int/uedocs/cmsUpload/78367.pdf

ANO Statūti., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. http://www.humanrights.lv/doc/vispaar/anostat.htm

Council Joint Action 2008/124/CFSP, 4 February 2008., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. http://www.eulex-kosovo.eu/en/info/docs/JointActionEULEX_EN.pdf

Headline Goal 2010., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013].http://ue.eu.int/uedocs/cmsUpload/2010%20Headline%20Goal.pdf

Helsinki Final Act. [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013].http://www.hri.org/docs/Helsinki75.html .

Presidency Conclusions. Helsinki European Council. 10 and 11 December 1999., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. http://www.esdp-course.ethz.ch/content/ref/199912Helsinki_Excerpt.htm

The Maastricht Treaty. [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. http://www.eurotreaties.com/maastrichtec.pdf.

The Treaty of Amsterdam. [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013].http://www.eurotreaties.com/amsterdamtreaty.pdf.

Treaty of Nice., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. http://europa.eu.int/eur-ex/en/treaties/dat/nice_treaty_en.pdf.

Literatūra

Filipss, J., Jung, F. (2010). "*Sabiedriskās attiecības tiešsaistē.* Lietišķās Izdevniecības Dienests, Rīga, 373.lpp.

Lehtonens, J., Siliņa, R., Ābelniece, B. (2012). *Riska un krīzes komunikācija.* Biznesa augstskola Turība.

Coombs, T., Holladay, S. (2010). *"The Handbook of Crisis Communication"*, Willey Blackveil, Printed in Singapore.

Dinan, D. (2000). *Ever Closer Union: An Introduction to the European Integration*. NewYork: Palgrave Macmillan.

Koeth, W., (2010). *State building with out a state; The EU's dilemma in defining its relations with Kosovo.* Kluwer Law International.

Littlejohn, S., Domenici K. (2007). *Communication, Conflict and the Management of Difference.* Wavelans Press Inc.

Marsh, S., Mackenstein H. (2005). *The International Relations of the European Union*. Harlow: Pearson Longman.

McCormick J. (2005). *Understanding the European Union: A Concise Introduction*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan.

Menon A. (2004). The Foreign and Security Policies of the European Union. In: *Developments in the European Union 2* / ed. by M.G. Cowles and D. Dinan. Basingstoke: Palgrave Macmillan, pp. 221–235.

Smith K.E. (2003). *European Union Foreign Policy in a Changing World*. Cambridge: Polity Press.

Shmidt, T,. Tannenbaum, R., S. Wetlauferetal. (2007). *Sarunu un konfliktu risināšana*. Harward Business review, Lietišķās informācijas dienests, Rīga, 184.lpp.

Soetendorp, B. (1999). *Foreign Policy in the European Union: Theory, History and Practice*. London, New York: Longman.

Interneta avoti

Earle C.R. (2004). "European Capacities for Peace Operations: Taking Stock". The Henry L. Stimson Center, pp. 1–17, [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. http://www.stimson.org/fopo/pdf/Earle-EuropeanCapacitiesforPeaceOperations-TakingStock.pdf.

EU Battlegroups. EU Council Secretariat Factsheet., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013)]http://ue.eu.int/uedocs/cmsUpload/BattlegroupsNov05factsheet.pdf.

EU Operations., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. .http://www.consilium.europa.eu/cms3_fo/showPage.asp?id=268&lang=en&mode=g.

EUFOR in Bosniaand Herzegovina., [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013)] http://www.euforbih.org.

EUFOR RD Congo. [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. http://www.consilium.europa.eu/cms3_fo/showPage.asp?id=1091&lang=en&mode=g.

EuropeanCommunityHumanitarianaid Office. [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. http://ec.europa.eu/echo/presentation/mandate_en.htm.

European Defence Agency. [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013]. http://www.eda.europa.eu/background.htm.

Gordon P.H.(2004). "European Security and Defense Policy: The First Five Years". The Brookings Institution, pp. 215–219 [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013] .http://www.brook.edu/views/articles/gordon/20040901.pdf .

Kerttunen M., Koivula T., Jeppsson T. "EU Battle groups: Theory and Development in the Light of Finnish-Swedish Co-operation". National Defense College, Helsinki, 2005, 1–93 pp. [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013].

http://www.mpkk.fi/attachment/ad9d29e3539815313b364464a41b98a9/0379a258c9db18b7886e8066a0a5bb2a/EU+Battlegroups.

Kursani Sh. (2013). “A comprehensive analysis of EULEX. What next?”, [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013].http://www.kipred.org/advCms/documents/56243_A_Comprehensive_Analysis_of_EULEX.pdf

Review of European Union Field Operations. Peace Operations Fact sheet Series. (2004). The Henry L. Stimson Center, pp. 1–5 http://www.stimson.org/fopo/pdf/Factsheet_EUFieldOperations.pdf .

Schneckener U. (2002).“Developing and Applying EU Crisis Management: Test Case Macedonia”. *ECMI Working Paper #14*, January 2002, 1–47 pp. Flensburg: European Centre for Minority Issues, [tiešsaiste]. [Skatīts 28.02.2013)].http://www.ecmi.de/download/working_paper_14.pdf

BAR-ON EMOCIONĀLĀ INTELEKTA APTAUJAS ADAPTĀCIJA

THE BAR-ON EMOTIONAL QUOTIENT INVENTORY ADAPTATION

Jānis Roze
Biznesa augstskola Turība, Latvija

Emotional intelligence plays an important role in various aspects of human life – communication, health, well-being etc. Currently, there are two main directions in determining emotional intelligence – the abilities, and mixed models. One of the most widely used emotional intelligence surveys is the Bar-On (1997) survey. ***The goals of the study****. First, to perform the statistical adaptation of the emotional intelligence inventory and to determine factors which can influence the emotional intelligence results (gender and age). Second, to compare the obtained statistical results with another Bar-On (1997) emotional intelligence survey adaptation (Gaitniece-Putāne & Rasčevska, 2006).* ***Methods****. In this study the Bar-On Emotional Intelligence survey is used.* ***Results****. The statistical analysis of the survey shows that relevant indicators (Cronbah alpha and scale inter-correlation) reach a satisfactory level. The statistical indicator of the aforementioned adaptation is higher than in Gaitniece–Putāne & Raščevska (2006) survey's adaptation.* ***Conclusions****. The statistical indicators of the adapted version of the survey reach a satisfactory level and allow to use them in research. The fact that this survey's statistical indicators are higher than in the adaptation performed by Gaitniece–Putāne & Rasčevska (2006) may be partly explained by the fact that in this study the sample size is 2.5 times larger. It was found out that the results of the emotional intelligence vary with gender and age groups which means that these factors must be taken into account when applying the Emotional Intelligence survey in research.*

Keywords*: emotional intelligence, developing a survey.*

Ievads

Emocionālais intelekts (EI) vairs nav nekas jauns mūsdienu psiholoģijas zinātnē. Neskatoties uz to, ka pētījumi tika aizsākti tikai 90-to sākumā, tie ātri ieguva popularitāti. Tā, piemēram, tika atklāts, ka cilvēkiem ar augstāku emocionālo intelektu ir labākas komunikācijas spējas, tie ir vairāk apmierinātāki ar sevi un dzīvi, kā arī tika atklāta EI saistība ar līderību. Zinātnē eksistē vairāki EI izpētes virzieni, vadošie no tiem – Spēju modelis, dibināji J.D.Meijers ar kolēģi (*Mayer J.D.* & *Salovey P.*, 1997), un Jauktais modelis ar divām plūsmām, vienu no kurām iedibināja D.Golemans (*Goleman D.*, 1998) un otru – R.Bar-Ons (*Bar-On R.*, 1997).

Spēju modelī emocionālo intelektu saprot ar spējām attiecībā uz emocijām – spēju saprast savas emocijas un paust tās, emocionālās pieredzes integrēšanu savā psihē, spēju izprast un spriest par emocijām, spēju regulēt savas un citu emocijas.

Emocionālā intelekta jauktajā pieejā iekļauj: kognitīvās spējas, personības iezīmes un motivāciju veikt kādas darbības, pateicoties kurām tās kļūst cieši saistītas ar adaptāciju apkārtējai videi un iekšējiem kontroles procesiem. Šai pieejā emocionālo intelektu nosaka, balstoties uz respondentu

pašnovērtējumu, kā tas notiek personības iezīmju aptaujās. Šīs pieejas pazīstamākie pētnieki ir R.Bar-Ons (*Bar-On*) un D.Golemans (*Goleman*).

P.Soloveja un J.Meijera emocionālo intelektu apskata ļoti šauri, koncentrējoties tikai uz cilvēka darbu ar savām emocijām – izpratni un integrēšanu. Savukārt R.Bar-Ons emocionālo intelektu piesaista tā izmantošanai dažādās situācijās – saskarsmē, stresa situācijās, kā arī psihes pārvaldīšanā (Intrapersonālais faktors) utt.. Plašāka emocionālā intelekta apskatīšana paver iespējas to pētīt daudzpusīgāk, kā arī pētīt citus cilvēka uzvedības un psihes darbības aspektus. Tas arī bija iemesls, kāpēc raksta autors izvēlējās Bar-Ona aptaujas adaptāciju latviešu izlasei.

1. Emocionālā intelekta izpratne

Emocionālā intelekta pamatnostādnes ir meklējamas intelekta pētnieka H.Gardnera (*Gardner H.*, 1983) darbos. Viņš izdalīja septiņus intelekta veidus: 1) telpisko, 2) fiziski kinestētisko, 3) muzikālo, 4) lingvistisko, 5) loģiski matemātisko, 6) interpersonālo un 7) intrapersonālo. Sociālo intelektu veido personības interpersonālais un intrapersonālais intelekts. *Intrapersonālais* intelekts ir saistīts ar cilvēka vērstību uz sevi – tā ir spēja atpazīt sarežģītas un ļoti dažādas izjūtas (*Gardner H.*, 1983). *Interpersonālais* intelekts izpaužas attiecībās ar citiem – spēja atzīmēt un izšķirt citu emocijas un tai skaitā citu noskaņojumu, temperamentus, motīvus un tieksmes (*Gardner H.*, 1983). Bet Gārdners vēl neizmantoja terminu Emocionālais intelekts, viņa koncepts par interpersonālo un intrapersonālo intelektu bija pamats vēlākam emocionālā intelekta modelim (*Schutte N.S. et al.*, 1998).

Analizējot dažādas emocionālā intelekta pieejas, K.V.Petrids un A.Furnhems (*Petrides K.V.* & *Furnham A.*, 2000) ierosināja tās dalīt– personības iezīmju un informācijas procesa (spēju pieeja), kas savā starpā atšķiras ar mērīšanas metodikām un operacionalizāciju. *Personības iezīmju* pieeja ir saistīta ar jau iedibinātām tradīcijām personības izpētē un tika pārņemta kopā ar valīdām pašaptaujām, kas mēra tipisko uzvedību. Savukārt *Informācijas procesa* emocionālais intelekts tiek mērīts ar spējām – atbildot uz jautājumiem (kuri iedalās pareizajos un nepareizajos), pēc kuriem nosaka respondenta labāko sniegumu. Šajā pieejā emocionālais intelekts tiek atzīts kā personības iezīme un kā spējas (*Mayer J.D., Caruso D.R.*, & *Salovey P.*, 2000).

Bar-Ona (*Bar-On R.*, 1997) izpratnē e*mocionālais intelekts ir cilvēka nekognitīvās zināšanas, spējas un kompetences, kas ļauj veiksmīgi risināt dažādas ikdienas situācijas.* E*mocionālais intelekts* ir svarīgs faktors cilvēka dzīvē – veicinot efektīvu saskarsmi, tas ved pie sasniegumiem, uzlabo cilvēka labizjūtu.

Uz doto brīdi ir arī vairāku citu pētnieku emocionālā intelekta definīcijas (piemēram, *Lam L.T.* & *Kirby S.L.*, 2002; *Furnham* & *Petrides*, 2003; *Lyusin, D.B.*, 2006. utt.), bet tām ir gan daudz līdzības ar iepriekšminētām, gan savā starpā. Pētnieki ir vienisprātis par to, ka emocionālais intelekts ir cilvēka emociju izpratne un pārvaldīšana, savukārt pateicoties pieredzei pārvaldīt savas emocijas, viņš var regulēt savu uzvedību (piemēram, Bar-Ona aptaujā – noturība pret stresu) un, pateicoties spējām regulēt savas emocijas un uzvedību, – regulēt citu emocijas–uzvedību. Citu cilvēku emociju ietekmēšanu ir iespējams ilustrēt piemērā ar saskarsmes fenomenu – "aktīvās klausīšanās" paņēmienu, piem., konfliktā nevis censties apvainot oponentu, bet ar aktīvo klausīšanos izprast neapmierinātības iemeslus. Tas, ka tiek dota iespēja izteikt savu neapmierinātību, cilvēkus noskaņo pozitīvi un pretimnākoši, un bieži konflikta izraisītājs pats piedāvā pretimnākošo risinājumu – ko var uzskatīt par emocionālā intelekta pielietošanas ietekmi (*Goleman D.* & *Cherniss G.*, 1998).

2. Emocionālā intelekta noteikšanas pieejas

Spēju modelī emocionālo intelektu aplūko kā spēju kopumu, kas tiek mērīts ar testu palīdzību, kuros ir uzdevumi ar pareizām un nepareizām atbildēm (*Mayer J.D., Caruso D.R.* & *Salovey P.,* 1999). P.Soloveja un J.Meijera pirmais modelis (1990) ir vairāk fokusēts uz kognitīviem procesiem, kas iekļauj: 1) emociju uztvere un izpausme, 2) domāšanas efektivitātes paaugstināšana ar emociju palīdzību; 3) savu un citu emociju izpratne; 4) emociju pārvalde. Vēlāk šo modeli pētnieki precizēja, konceptā apvienojot emocionālo intelektu ar intelekta un emociju izaugsmes kritērijiem (Mayer J.D. & Salovey P., 2000): 1) emociju novērtēšana un izpausme, 2) citu cilvēku emociju novērtēšana un atpazīšana, 3) savu emociju regulēšana, 4) emociju izmantošana snieguma uzlabošanai. Šajā pieejā pieturos pie tā, ka emocionālais intelekts ir viens no intelekta veidiem, un tiek izmantots tests, kam ir priekšrocība, salīdzinot ar aptaujām, nosakot emocionālo intelektu, jo ir novērsta sociālās vēlamības ietekme (*Mayer J.D., Caruso D.R.* & *Salovey P.,* 2000).

Jauktās pieejas emocionālā intelekta noteikšanā

Daniela Goulemana EI izpratne. Goulemans (*Goleman D*., 1998), veidojot EI aptauju, koncentrējas uz cilvēku darbā, uz efektivitātes un līderības noteikšanu. Viņš izdala šādus komponentus un kompetences: 1) pašapzināšanās (*self-awareness*), kas iekļauj: emocionālo sevis apzināšanos, precīzu sevis izvērtēšanu, pārliecību par sevi, 2) sociālā apzināšanās (*social-awareness*), kas iekļauj: empātiju, organizācijas izpratni, orientāciju uz servisu, 3) sociālās spējas, kas iekļauj: ietekmi, līderību, rūpes par citu attīstību, komunikāciju, spēju ierosināt pārmaiņas, konflikta atrisināšanu, saišu veidošanu, darbu komandā/sadarbību, 4) sevis vadīšana (*self-management*), kas iekļauj: paškontroli, uzticēšanos, apzināšanos, adaptāciju, orientāciju uz sasniegumiem, iniciatīvu.

Bar-Ona (*Bar-On R*., 1997) aptauja nosakāmo skalu ziņā ir visapjomīgākā – tiek noteikti pieci faktori, kas vēl dalās skalās, kopā veidojot 17 skalas:

1. *intrapersonālais faktors* – spēja apzināties savas jūtas, apmierinātība ar sevi un spēja pašizpausties; saprast savas vājās un stiprās puses;
2. *interpersonālais faktors* – cilvēka sociālā apzināšanās, spēja labi saprasties, labas saskarsmes spējas, spējas izprast citu jūtas, intereses un vajadzības;
3. *adaptācija* – kā cilvēks pārvar grūtības, pielāgojas starppersonu pārmaiņām un apkārtējās vides izmaiņām; spēja efektīvi risināt problēmsituācijas;
4. *stresa pārvaldīšana* – cilvēka spēja darboties ar emocijām – emociju vadība, kontrole un regulēšana, kas palīdz tikt galā ar stresu bez panikas vai kontroles zaudēšanas;
5. *vispārējais garastāvoklis* – saistīts ar pašmotivāciju, nosaka spēju baudīt, baudīt dzīvi kopumā, kā arī ietekmē cilvēka vispārējo viedokli par dzīvi un vispārējo apmierinātības izjūtu.

Izmantojot šo metodiku (EQ-i, *Bar-On R*., 1997), tika veikta virkne pētījumu, kuros tika noteikti emocionālo intelektu ietekmējošie faktori: vecums, dzimums un tautība (piemēram, *Bar-On R.,* 1997). Tika noteikts, ka vecākiem cilvēkiem ir augstāki rādītāji emocionālajā intelektā nekā jaunākiem, kas nozīmē, ka emocionālais intelekts attīstās laika gaitā. Veselības jomā tika noskaidrots, ka pastāv sakarība starp emocionālo intelektu un fizisko veselību (*Bar-On R.* & *Fund*, 2004). Mentālai veselībai ir sakarības ar šādiem faktoriem: spēju valdīt pār savām emocijām un sadzīvot ar stresu; spēju sasniegt savus mērķus, lai realizētu iekšējo potenciālu un dzīvotu jēgpilnu dzīvi, un spēju atpazīt citu cilvēku

jūtas un nodomus (*Bar-On R.*, 1997). Emocionālam intelektam ir sakarības ar subjektīvo labizjūtu (*Bar-On R.*, 2005). Subjektīvā labizjūta tika definēta kā apmierinātība ar tuvām attiecībām, personas fizisko veselību un sevi pašu, personas nodarbošanos un finansiālo stāvokli. Ilgākā laika periodā veiktie pētījumi (piemēram, *Bar-On R.*, 1997, 1999) uzrāda nozīmīgu sakarību starp emocionālā intelekta rezultātiem un veiksmīgu saskarsmi ar sociālo vidi – cilvēkiem, kuriem ir augstāki rezultāti emocionālajā intelektā vispār un Interpersonālajā skalā tai skaitā, piemīt arī efektīvāka saskarsme ar citiem, šie cilvēki uztur labas attiecības ar paziņām un draugiem. Četri plaši pētījumi, veiktie Dienvidāfrikā, Kanādā un ASV (*Bar-On R.*, 1997, 2003; *Parker J.D. A., Duffy J., Wood L. M.* & *Bond B.J.*, 2004; *Swart A.*, 1996), skolēnu sasniegumi mācībās, vēl vairāk – emocionālais intelekts, ir labs mācību sekmības prognozētājs.

Apskatot veiktos pētījumus, var secināt, ka Bar-Ona modelis laika gaitā ir apstiprinājis – uz saskarsmi vērstie faktori mēra cilvēka spēju veidot labas attiecības, kā arī uzturēt šī attiecības.

Bar-On adaptācija tika uzsākta, jo uz to brīdi (2005) eksistēja tikai Malzubra (2003) adaptācija. 2006. gadā A.Gaitniece–Putāne un M. Raščevska uzlaboja pantus, līdz ar to aptaujas statistiskos rādītājus. Šajā rakstā tiek salīdzināti abu aptauju statistiskie rādītāji, kas varētu būt par pamatu vienotas – uzlabotas aptaujas izveidē.

3. Metode

Pētījuma dalībnieki

Kopā aptaujas adaptācijā piedalījās 1184 dalībnieku. Tai skaitā, sievietes – 791 (68%), vīrieši 390 (32%). No tiem 20 respondentu piedalījās aptaujas sākotnējā, jautājumu skaidrības un izpratnes, adaptācijā.

1. tabula

Respondentu skaits un procentuālais sadalījums

Dzimums		Skaits	%
Sievietes	Darbinieks	420	53,8
	Vadītāji	242	31
	Kopā	662	84,8
	Neidentificēti	119	15,2
	Kopā	781	100
Vīrieši	Darbinieks	150	42,2
	Vadītāji	140	37,8
	Kopā	290	75
	Neidentificēti	87	20
	Kopā	390	100

Dati aptaujas adaptācijai tika ievākti no 1164 respondentiem (sk. 1. tabulu).

2. tabula

Emocionālā intelekta faktoru un skalu ticamības rādītāji

Faktori un apakšskalas	Kronbaha alfas			
	Šajā pētījumā (n = 1164)	Rozčenkovas disertācija (n = 744)	Gaitnieces–Putānes & Raščevskas (2006) aptauja (n = 381)	Oriģinālā Bar-On aptauja (n = 8378)
I Intrapersonālais faktors	**0,92**	**0,91**	**0,91**	–
Emociju apzināšanās	0,77	0,66	0,74	0,79
Pašpārliecība (Asertīva uzvedība)	0,72	0,68	0,69	0,76
Pašcieņa	0,86	0,83	0,83	0,86
Pašaktualizācija	0,73	0,79	0,76	0,76
Neatkarība	0,65	0,63	0,67	0,72
II Interpersonālais faktors	**0,86**	**0,84**	**0,83**	–
Empātija	0,70	0,68	0,66	0,74
Starppersonu attiecības	0,79	0,71	0,77	0,76
Sociālā atbildība	0,67	0,76	0,73	0,69
III Adaptācijas faktors	**0,85**	**0,85**	**0,81**	–
Problēmu risināšana	0,80	0,76	0,76	0,77
Realitātes izjūta	0,65	0,72	0,66	0,73
Elastīgums	0,79	0,64	0,75	0,70
IV Stresa menedžments	**0,83**	**0,88**	**0,84**	–
Stresa tolerance	0,79	0,77	0,76	0,80
Impulsu kontrole	0,84	0,87	0,81	0,80
V Vispārējā garastāvokļa faktors	**0,69**	**0,73**	**0,85**	–
Laimes izjūta	0,80	0,80	0,79	0,79
Optimisms	0,77	0,76	0,75	0,79

No aptaujas faktoru un skalu ticamības salīdzināšanas tabulas (skatīt 3.tabulas), var redzēt, ka šim aptaujas tulkojumam, pantu saskaņotība ir augstāka (tikai četrām skalām ir zemāks ticamības rādītājs). Daļēji to var izskaidrot ar iesaistītās adaptācijā izlases lielumu (adaptācijā piedalījās 2,5 reizes vairāk respondentu). Lai atbildētu viennozīmīgi, vajadzētu salīdzināt ne tikai pantu statistiku, bet arī tulkojumu – tas palīdzētu izveidot vienotu uzlaboto aptauju un ‘zinātniskāk’ pētīt emocionālo intelektu Latvijā.

3. tabula

Latvijas Universitātes un dotās aptaujas ticamības rādītāju salīdzinājums

Faktori un skalas	Kronbaha alfas		
	Šajā pētījumā (n = 1164)	Gaitnieces–Putānes & Raščevskas (2006) aptauja (n = 381)	Kronbaha koeficienta starpība
I Intrapersonālais	**0,92**	**0,91**	**1⇧**
Emociju apzināšanās	0,77	0,74	3⇧
Pašpārliecība (Asertīva uzvedība)	0,72	0,69	3⇧
Pašcieņa	0,86	0,83	3⇧
Pašaktualizācija	0,73	0,76	3⇩
Neatkarība	0,65	0,67	2⇩
II Interpersonālais	**0,86**	**0,83**	**3⇧**
Empātija	0,70	0,66	4⇧
Starppersonu attiecības	0,79	0,77	2⇧
Sociālā atbildība	0,67	0,73	5⇩
III Adaptācijas faktors	**0,85**	**0,81**	**4⇧**
Problēmu risināšana	0,80	0,76	4⇧
Realitātes izjūta	0,65	0,66	1⇩
Elastīgums	0,79	0,75	4⇧
IV Stresa menedžments	**0,83**	**0,84**	**1⇧**
Stresa tolerance	0,79	0,76	3⇧
Impulsu kontrole	0,84	0,81	3⇧
V Vispārējā garastāvokļa faktors	**0,86**	**0,85**	**1⇧**
Laimes izjūta	0,80	0,79	1⇧
Optimisms	0,77	0,75	2⇧

Aptaujas faktoriālā analīze, līdzīgi Gaitnieces–Putānes un Raščevskas (2006) adaptācijai, neveido oriģināla faktoriālo pantu salikumu, bet izskaidro 50% izlases variācijas, kas ir pietiekams rādītājs.

Kā var redzēt (skatīt 4.tabulu), šim aptaujas tulkojumam, pārsvarā (ar dažiem izņēmumiem) ir augstākas skalu savstarpējās korelācijas salīdzinājumā ar Gaitnieces–Putānes un Raščevskas (2006) adaptāciju. Protams, korelācijas nozīmības līmenis ir atkarīgs no izlases lieluma, bet korelācijas koeficients no tās ir atkarīgs mazāk. Kas attiecas uz oriģinālo Bar-Ona skalu savstarpējo korelāciju, tad pārsvarā korelācijas koeficients ir augstāks, kaut arī ir izņēmumi.

Apkopojot var teikt, ka dotā Emocionālā intelekta aptaujai ir pietiekami augsti statistiskie rādītāji (saskaņotība, savstarpējā korelācija), kas ļauj to izmantot zinātniskajos pētījumos.

4. tabula

Emocionālā intelekta aptaujas skalu savstarpējā korelācija un to salīdzināšana ar Gaitnieces–Putānes un oriģinālās Bar-On aptaujas

	Emociju apz.	Pašpārliecība	Pašcieņa	Pašaktualizācija	Neatkarība	Empātija	Starppersonu attiecības	Soc. atbildība	Problēmu risināšana	Realitātes izjūta	Elastība	Stresa tolerance	Impulsu kontrole	Laimes izjūta
Pašpārliecība	**0,53****													
Gaitniece–Putāne	0,46**	–												
Bar-On	(0,55)													
Pašcieņa	**0,53****	**0,57****												
Gaitniece–Putāne	0,49**	0,53**	–											
Bar-On	(0,49)	(0,57)												
Pašaktualizācija	**0,54****	**0,57****	**0,61****											
Gaitniece–Putāne	0,43**	0,44**	0,6**											
Bar-On	(0,54)	(0,53)	(0,67)											
Neatkarība	**0,35****	**0,57****	**0,48****	**0,45****										
Gaitniece–Putāne	0,19**	0,55**	0,44**	0,37**	–									
Bar-On	(0,38)	(0,6)	(0,53)	(0,51)										
Empātija	**0,42****	**0,22****	**0,24****	**0,36****	**0,06**									
Gaitniece–Putāne	0,4**	0,18**	0,25**	0,34**	0,03	–								
Bar-On	(0,47)	(0,24)	(0,27)	(0,41)	(0,22)									
Starppersonu	**0,65****	**0,54****	**0,6****	**0,60****	**0,31****	**0,5****								
Gaitniece–Putāne	0,63**	0,42**	0,53**	0,54**	0,18**	0,5**	–							
Bar-On	(0,68)	(0,46)	(0,51)	(0,57)	(0,31)	(0,63)								
Soc. atbildība	**0,32****	**0,15****	**0,19****	**0,31****	**0,04**	**0,80****	**0,37****							
Gaitniece–Putāne	0,29**	0,08	0,13*	0,28**	0,06	0,8**	0,37**	–						
Bar-On	(0,41)	(0,25)	(0,31)	(0,46)	(0,27)	(0,8)	(0,54)							
Probl. risināšana	**0,41****	**0,46****	**0,45****	**0,52****	**0,37****	**0,32****	**0,36****	**0,30****						
Gaitniece–Putāne	0,32**	0,41**	0,39**	0,46**	0,32**	0,35**	0,29**	0,3**	–					
Bar-On	(0,42)	(0,48)	(0,51)	(0,53)	(0,50)	(0,40)	(0,38)	(0,44)						
Realitātes izjūta	**0,52****	**0,45****	**0,51****	**0,51****	**0,45****	**0,23****	**0,38****	**0,26****	**0,52****					
Gaitniece–Putāne	0,53**	0,41**	0,48**	0,36**	0,3**	0,29**	0,34**	0,24**	0,36**	–				
Bar-On	(0,55)	(0,49)	(0,58)	(0,54)	(0,51)	(0,38)	(0,42)	(0,48)	(0,57)					
Elastība	**0,49****	**0,47****	**0,54****	**0,51****	**0,45****	**0,29****	**0,5****	**0,24****	**0,36****	**0,44****				
Gaitniece–Putāne	0,29**	0,37**	0,46**	0,38**	0,37**	0,21**	0,43**	0,06	0,27**	0,2**	–			
Bar-On	(0,44)	(0,47)	(0,53)	(0,50)	(0,50)	(0,30)	(0,43)	(0,33)	(0,47)	(0,54)				
Stresa tolerance	**0,44****	**0,53****	**0,60****	**0,51****	**0,52****	**0,17****	**0,45****	**0,11****	**0,49****	**0,54****	**0,58****			
Gaitniece–Putāne	0,33**	0,49**	0,61**	0,46**	0,48**	0,2**	0,36**	0,07	0,52**	0,38**	0,47**	–		
Bar-On	(0,46)	(0,56)	(0,65)	(0,54)	(0,58)	(0,28)	(0,39)	(0,32)	(0,59)	(0,63)	(0,61)			
Impulsi kontrole	**0,22****	**0,11****	**0,24****	**0,29****	**0,17****	**0,19****	**0,17****	**0,28****	**0,34****	**0,51****	**0,32****	**0,43****		
Gaitniece–Putāne	0,04	0,07	0,31**	0,24**	0,18**	0,11*	0,09	0,14**	0,3**	0,33**	0,21**	0,36**	–	
Bar-On	(0,27)	(0,18)	(0,38)	(0,33)	(0,28)	(0,29)	(0,25)	(0,38)	(0,42)	(0,58)	(0,43)	(0,47)		
Laimes izjūta	**0,50****	**0,50****	**0,68****	**0,65****	**0,33****	**0,33****	**0,76****	**0,24****	**0,37****	**0,42****	**0,52****	**0,53****	**0,23****	
Gaitniece–Putāne	0,45**	0,39*	0,69**	0,57**	0,27**	0,28**	0,66**	0,16**	0,3**	0,37**	0,47**	0,54**	0,21**	–
Bar-On	(0,52)	(0,46)	(0,71)	(0,69)	(0,41)	(0,40)	(0,69)	(0,41)	(0,41)	(0,53)	(0,47)	(0,54)	(0,34)	
Optimisms	**0,51****	**0,57****	**0,68****	**0,68****	**0,45****	**0,38****	**0,63****	**0,30****	**0,56****	**0,45****	**0,51****	**0,65****	**0,19****	**0,63****
Gaitniece–Putāne	0,42**	0,48**	0,66**	0,63**	0,33**	0,45**	0,5**	0,35**	0,61**	0,4**	0,41**	0,63**	0,22**	0,56**
Bar-On	(0,51)	(0,58)	(0,75)	(0,70)	(0,58)	(0,43)	(0,54)	(0,46)	(0,65)	(0,62)	(0,57)	(0,76)	(0,37)	(0,65)

** p<0,01
* p<0,05

Daži emocionālā intelekta rezultātus ietekmējošie faktori

Lai noteiktu, vai pastāv dzimumatšķirības emocionālā intelekta aptaujas rezultātos, tiek veikta dispersijas analīze (*one-way* ANOVA).

5. tabula

Emocionālā intelekta dzimumatšķirības

Skalas	Dzimums	df	M	SD	St. kļūda	F	Nozīmīgums
Emociju apzināšanās	Sievietes	1	29,12	5,60	0,20	15,06	0,00
	Vīrieši		27,75	5,09	0,27		
Pašpārliecība	Sievietes	1	24,98	4,79	0,17	3,80	0,05
	Vīrieši		25,59	4,89	0,26		
Pašcieņa	Sievietes	1	33,96	6,67	0,24	3,96	0,05
	Vīrieši		34,80	6,19	0,33		
Pašaktualizācija	Sievietes	1	35,84	5,23	0,19	0,00	0,95
	Vīrieši		35,82	5,06	0,27		
Neatkarība	Sievietes	1	21,88	4,29	0,15	17,25	0,00
	Vīrieši		23,04	4,47	0,24		
Empātija	Sievietes	1	32,29	4,59	0,16	64,62	0,00
	Vīrieši		29,84	5,00	0,27		
Starppersonu attiecības	Sievietes	1	43,48	6,33	0,23	19,75	0,00
	Vīrieši		41,68	6,17	0,33		
Sociālā atbildība	Sievietes	1	38,63	5,09	0,18	58,61	0,00
	Vīrieši		36,03	5,60	0,30		
Problēmu risināšana	Sievietes	1	31,14	5,14	0,18	0,08	0,77
	Vīrieši		31,23	5,35	0,29		
Realitātes izjūta	Sievietes	1	34,00	5,47	0,20	1,22	0,27
	Vīrieši		34,38	5,29	0,28		
Elastīgums	Sievietes	1	26,78	5,87	0,21	0,08	0,78
	Vīrieši		26,88	5,76	0,31		
Stresa tolerance	Sievietes	1	30,66	5,54	0,20	33,00	0,00
	Vīrieši		32,76	5,89	0,32		
Impulsu kontrole	Sievietes	1	29,58	7,34	0,26	0,00	0,96
	Vīrieši		29,60	7,05	0,38		
Laimes izjūta	Sievietes	1	36,66	5,51	0,20	4,16	0,04
	Vīrieši		35,93	5,54	0,30		
Optimisms	Sievietes	1	32,65	4,47	0,16	3,27	0,07
	Vīrieši		33,18	4,54	0,24		

Kā var redzēt (skat. 5.tabulu), dzimumatšķirības izpaužas vairākās skalās. Dzimumatšķirības ir Emociju apzināšanās skalā (F(1,1164) = 15,06; p = 0,00) – sievietes norāda, ka vairāk apzinās savas emocijas. Pašpārliecības skalā (F(1,1164) = 3,80; p<0,05) – sievietēm pašpārliecība ir zemāka. Pašcieņas skalā (F(1,1164) = 3,96; p<0,05) – sievietes šajā skalā sevi novērtē zemāk. Neatkarības skalā (F(1,1164) = 17,25; p = 0,00) – vīrieši jūtas vairāk neatkarīgi. Empātijas skalā (F(1,1164) = 64,62; p = 0,00) – empātija ir augstāka sievietēm. Starppersonu attiecības (F(1,1164) = 19,75; p = 0,00) – sievietes sevi novērtē šajā skalā augstāk. Sociālā atbildība (F(1,1164) = 19,75; p = 0,00) – sievietes sevi šajā skalā novērtē augstāk. Stresa tolerance (F(1,1164) = 33; p = 0,00) – vīrieši šo rādītāju atzīmē augstāk. Laimes izjūta (F(1,1164) = 4,16; p<0,05) – sievietes atzīmē, ka ir laimīgākas.

Lai noteiktu, vai Emocionālā intelekta skalām ir saistība vecumu, tika veikta korelācijas analīze.

6. tabula

Emocionālā intelekta skalu korelācijas

Skalas	M	SD	Vecums
Emociju apzināšanās	28,75	5,46	0,07*
Pašpārliecība	25,19	4,8	0,07*
Pašcieņa	34,23	6,5	0,07*
Pašaktualizācija	35,88	5,17	0,15**
Neatkarība	22,28	4,37	0,14**
Empātija	31,57	4,84	0,05
Starppersonu attiecības	42,89	6,3	-0,02
Sociālā atbildība	37,86	5,39	0,11**
Problēmu risināšana	31,13	5,2	0,17**
Realitātes izjūta	34,18	5,4	0,14**
Elastīgums	26,83	5,8	-0,02
Stresa tolerance	31,36	5,74	0,06*
Impulsu kontrole	29,65	7,23	0,10**
Laimes izjūta	36,47	5,51	-0,05
Optimisms	32,83	4,49	0,13**

Kā var redzēt (skat. 6.tabulu), Emocionālā intelekta skalām pārsvarā ir mērena pozitīva saistība (izņemot empātija, starppersonu attiecības, elastīgums, laimes izjūta), kas nozīmē, ka ar vecumu emocionālais intelekts aug (bet mēreni). Visvairāk, kā novērtē respondenti, ar vecumu aug problēmu risināšanas spējas (n = 1164; r = 0,17; p = 0,00).

Secinājumi

Emocionālam intelektam ir svarīga nozīme dažādos cilvēka dzīves aspektos – saskarsmē, veselībā, labizjūtā utt. Viena no plašāk emocionālo intelektu noteicošām ir Bar-On izveidotā aptauja.

Veicot šīs aptaujas statisko analīzi, var secināt, ka tā ir apmierinoša. Datu faktoriālā analīze norāda, ka daudzi panti neveido faktorus, kā tas ir oriģinālam. Šāds rezultāts ir līdzīgs Gaitnieces–Putānes un Raščevskas (2006) adaptācijai.

Pirmkārt, to varētu izskaidrot ar kultūratšķirībām – veidojot oriģinālu, Bar-Ons respondentus iesaistīja no ASV. Šai kultūrai piemīt maksimāli augsts individuālisms, maskulinitāte un augsta tolerance pret nenoteiktību (piemēram, Hofstede G., Hofstede G.J. un Minkov M., 2010), bet latviešiem šie rādītāji ir kaut kur pa vidu (tiešu pētījumu nav).

Otrkārt, nesenais pētījums parādīja, ka dzimuma un vecuma grupas veido katrai grupai raksturīgu faktoriālo struktūru (*Ioannis T.* & *Smaragda K.*, 2013).

Dotajam aptaujas tulkojumam pantu saskaņotība ir augstāka nekā Gaitnieces–Putānes un Raščevskas (2006) adaptācijai, bet nav tik augsti kā oriģinālam. To varētu izskaidrot ar jau minēto faktoriālo struktūru – tā nav tik laba kā oriģinālam. Bet pantu ticamības līmenis ļauj šo aptauju izmantot pētījumos.

Tas, ka Gaitnieces–Putānes un Raščevskas (2006) adaptācijai ir zemāki statistiskie rādītāji, ir jāuztver piesardzīgi, jo ir liela atšķirība iesaistīto respondentu skaitā, šī varianta adaptācijai, tika izmantoti 2,5 reizes respondentu vairāk, kas varētu daļēji izskaidrot rezultātus.

Statistiskā analīze uzrādīja atšķirības starp dzimumiem un vecumiem. Vīriešiem ir augstāki rezultāti šādās skalās – Pašpārliecība, Pašcieņas, Neatkarības un Stresa tolerance, kas pilnīgi atbilst 'tautā' sakņotam. Līdzīgi ir ar raksturīgām "sieviešu" iezīmēm, kas ir augstākas sievietēm – emociju apzināšanos, empātiju, starppersonu attiecības, sociālā atbildība un, kas interesanti, – laimes izjūta. Šie rezultāti saskan ar vairāku citu pētnieku rezultātiem (piemēram, *Alumran J.I.A.* & *Raija–Leena P.*, 2008; Gaitniece–Putāne A., 2006).

Tas, ka līdz ar vecumu pieaug arī emocionālā intelekta rezultāti, saskan ar citiem pētījumiem (piem., Gaitniece–Putāne A., 2006; *Van Rooy, Alonso* & *Viswewsaran*, 2005). Tas nozīmē, ka, atšķirībā no intelekta, emocionālo intelektu ir iespējams attīstīt.

Atklātās dzimuma un vecuma atšķirības nosaka, ka veicot pētījumus, tas obligāti ir jākontrolē.

Izmantotās literatūras saraksts

Alumran, J.I.A. & Raija–Leena P. (2008). Relationship Between Gender, Age, Academic Achievement, Emotional Intelligence, and Coping Styles in Bahraini Adolescents. *Individual Differences Research*. 6 (2), pp. 104–119.

Bar-On, R. (1997). Bar-On emotional quotient inventory (EQ-i): Technical manual. *Toronto: Multi-Health Systems*.

Bar-On, R. (2005). The impact of emotional intelligence on subjective well-being. *Perspectives in Education*, 23 (2), pp. 41–61.

Bar-On, R., & Fund, S. (2004). The impact of emotional and social intelligence on self-perceived physical health. Unpublished manuscript.

Gaitniece–Putāne A. (2006). Gender and Age Differences in Emotional Intelligence, Stoicism and Aggression. *Baltic Journal of Psychology*. 7 (2), pp. 26–42.

Gaitniece–Putāne, A., & Raščevska, M. (2006). Gender and age differences in emotional intelligence, stoicism and aggression. Baltic Journal of Psychology, 7(2), pp. 26–42.

Gardner, H.E. (1983). Frames of mind. New York: Basic Books.

Goleman, D. & Cherniss, G. (1998). *Bringing emotional intelligence to the workplace.* Rutgers, N.J.: Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations.

Goleman, D. (1998). Working with emotional intelligence. *New York: Bantam Books*.

Hofstede, G., Hofstede G.J. & Minkov M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, 3rd ed. New York: McGraw-Hill.

Ioannis T. & Smaragda K. (2013). Factorial invariance and latent mean differences of scores on trait emotional intelligence across gender and age. *Personality & Individual Differences*, 54 (2), pp. 169–173.

Lam L.T. & Kirby S.L. (2002). Is Emotional Intelligence an Advantage? An exploration of the impact of Emotional Intelligence on individual performance. *The Journal of Social Psychology*, 142(1): 133–143.

Lyusin, D.B. (2006). Emotional intelligence as moxed construct. *Journal of Russian and East European Psychology,* 44, (6), pp. 54–68.

Malzubris, G. (2003). Morālās spriešanas un emocionālās inteliģences saistība. (Maģistra pētījums, nepublicēts materiāls).

Mayer, J. & Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? In P. Saloveys & D. J. Slatyer (eds.), *Emotional development and emotional intelligence* (3–31). New York: Basic Books.

Mayer, J. D., Caruso, D. R., & Salovey, P. (2000). Emotional Intelligence Meets Traditional Standarts for an Intelligence. *Intelligence.* 27 (4), pp. 267–298.

Parker, J. D. A., Duffy, J., Wood, L. M., & Bond, B. J. (2004, June). Emotional intelligence and achievement: A multi-site longitudinal study. *Paper presented at the annual meeting of the Canadian Psychological Association, St. John's, Newfoundland*.

Petrides, K. V. & Furnham, A. (2000). On the dimensional structure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences,* 29, pp. 313–320.

Schutte, N.S., Malouff, J.M., Hall, L.E., Haggerty, D.J., Cooper, J.T., Golden, C.J. & Dornheim, L. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 25:167–177.

Swart, A. (1996). The relationship between well-being and academic performance. *Unpublished master's thesis, University of Pretoria, South Africa.*

Van Rooy, D.L., Alonso, A. & Viswesaran, C. (2005). *Group diferences in emotional intelligence scores: Theoretical and practical implications. Personality and Individula Differences*, 38, (3), pp. 689–700.

ĢEOSPĒLES UN TESTI ĢEOGRĀFIJAS APGUVĒ

GEOGAMES AND QUIZZES IN GEOGRAPHY TEACHING

Ineta Grīne, Dr.geog.
LU Ģeogrāfijas un Zemes zinātņu fakultāte, Latvija

Information technologies (IT) more and more affect the teaching at schools and universities, providing wide opportunities for the IT in the learning process. Taking into account the interest of young people in the IT including computer games, it is possible to generate interest in the subject applying games, thus making the learning and teaching processes more attractive to acquire new knowledge. The teacher can create quizzes and games himself for testing and facilitate the knowledge of school children and students. Besides, a wide range of quizzes and games can be used for teaching directly from the Internet online. The article provides the information about the geogames, quiz games and map games on the Internet online, mainly in English, which can be used as a training element in classroom. It could be useful also outside the classroom not only for school children, but also for students and other people interested in learning geography and geology. Web-based games are different in structure and degree of difficulty and the topics in human and physical geography. A lot of web-based geogames are map games about countries, cities, lakes and rivers, mountains, volcanoes, deserts. A large number of games and quizzes enables tests about flags, popular historical, cultural and nature objects. Questions in the geogames and quizzes require an extensive knowledge about the World, continents and countries.

***Keywords**: games, guizzes, geography, information technologies, internet resources.*

Ievads

Informācijas tehnoloģijas ir strauji ienākušas ikdienā, tai skaitā arī izglītībā, sniedzot plašas izmantošanas iespējas apmācības procesā gan skolās, gan augstskolās. Kā norāda Dž.Meirovics *(J.Meyrowitz)*, informācijas tehnoloģiju attīstība ietekmē arī izglītības procesus, šis fakts ir jāņem vērā, to nedrīkst ignorēt (Krūmiņa, 2012; Vanaga, 2012).

Internets piedāvā milzīgas iespējas atrast nepieciešamo informāciju un papildināt savas zināšanas par jebkuru interesējošo tēmu, t.sk. arī ģeogrāfiju. Interneta resursu izmantošana mācību procesā ir ieguvums gan skolēniem un studentiem, gan skolotājiem, kas saistās ar: 1) jaunākās, aktuālās informācijas iegūšanu skolēniem, studentiem, skolotājiem un docētājiem; 2) radošu, atraktīvu un aizraujošu mācību procesa veidošanu skolotājiem un docētajiem; 3) interesantu, efektīvu nodarbību veidošanu skolotājiem; 4) kritiskās domāšanas veicināšanu, kas nepieciešama informācijas atlasē; 5) efektīvu zināšanu apguvi un zināšanu nostiprināšanu skolēniem un studentiem; 6) svešvalodu (g.k. angļu val.) un terminoloģijas apguvi; 7) tālmācības iespējas (Grīne, 2012; Lūse, 2007).

1. Spēles mācību procesā

Mūsdienās spēles un testi arvien vairāk tiek izmantoti mācību procesā, un ir viena no efektīvām metodēm mācību priekšmetu apguvē.

Spēles un testi padara mācību procesu aizraujošāku, radošāku un atraktīvāku, vienlaikus dodot iespēju skolēniem nosacīti brīvākā mācību veidā paplašināt redzesloku un radīt interesi par apgūstamajām tēmām mācību priekšmetā. Tas ir viens no veidiem, kā nostiprināt skolēnu zināšanas, apgūt jaunu informāciju, rast skaidrojumu jauniem jēdzieniem un terminiem.

Kā tiek atzīmēts publikācijās un kā liecina autores akadēmiskā darba pieredze, ja spēli izmanto pareizi, tā ir ļoti spēcīgs instruments un palīgs skolotājam un docētājam mācību procesā – tas dod iespējas daudz efektīvāk pasniegt mācību materiālu, bet skolēnam un studentam – lielāku interesi līdzdarboties mācību procesā (Spēles vienmēr bijušas ..., 2013; Margeviča u.c., 2012), sacensības garu (*Educational Games*, 2012), iespējas uzzināt daudz interesanta, pārbaudīt savas zināšanas vai vienkārši labi pavadīt laiku (Iepazīsim Eiropu), gluži nemanot kļūstot erudītākam. Jāņem vērā, ka spēles izmantošanai mācību procesā jābūt saistītai ar skolēnu un studentu brīvprātīgu iesaistīšanos, spēlei jārada audzēkņos pozitīvas emocijas – aizrautību, prieku, ieinteresētību. Liela nozīme ir arī spēles noformējumam, kam jābūt pievilcīgam, atraktīvam, atbilstoši skolēnu vecuma grupai. Spēles ir viens no labākajiem izziņas veidiem jebkurā vecumā – gan bērniem, gan pieaugušajiem.

2. Izglītojošās datorspēles mācību procesā

Izmantojot jaunās paaudzes interesi par informācijas tehnoloģijām, t.sk. datorspēlēm, ar digitālo izglītojošo spēļu palīdzību iespējams paaugstināt vēlmi līdzdarboties, iesaistīties mācību procesā, iegūt jaunas zināšanas, informāciju it kā nejauši, caur spēli. Tajā pat laikā tiek apgūtas arī jaunas iemaņas darbā ar datoru, programmatūru, informācijas meklēšanu internetā.

Skolotājs un docētājs pats var izstrādāt testus un izglītojošās spēles *(educational games)* skolēnu un studentu zināšanu pārbaudei, kā arī paštestus zināšanu nostiprināšanai. Internetā atrodama programmatūra (gan komercprogrammatūra, gan bezmaksas) testu veidošanai.

Bez tam internetā atrodams plašs klāsts ar jau izveidotām izglītojošām spēlēm un testiem tiešsaistes režīmā *(online)*, kurus arvien plašāk izmanto, apgūstot dažādus mācību priekšmetus (piem., ģeogrāfiju, vēsturi, algebru, ķīmiju u.c.). Vienas no internetā pieejamām mājas lapām ar spēlēm dažādos mācību priekšmetos skolās ir *http://www.sheppardsoftware.com/web_games_menu.htm, http://www.learninggamesforkids.com/animal-games-birds/bald-eagle-games-videos.html un http://www.triviaplaza.com/.*

Jāatceras, ka spēlēm un testiem nevajadzētu būt visas mācību stundas garumā, bet tās ir tikai kā viens no elementiem mācību procesā. Svarīgi, ka spēle nav tikai spēles dēļ, bet gan lai spēle dotu ieguldījumu skolēnu un studentu motivācijas attīstībā, palielinātu interesi par mācību priekšmetu (Didaktiskās spēles ..., 2012). Tāpēc skolotājam un docētājam jāsaplāno sava nodarbība: cik katrai spēlei laika tiks atvēlēts no nodarbības, kāds ir nodarbības mērķis – jaunu zināšanu iegūšana vai esošo zināšanu nostiprināšana, kā tiks organizēts mācību process.

Izglītojošās datorspēles nereti tiek izmantotas neformālā mācību vidē. Tam ir vairāki iemesli. Vispirms jau datorspēles bieži vien saistās tikai ar izklaidi, bet ne ar mācīšanās veicināšanu, domāšanu. Taču pēc M.Prenskija (*M.Prensky*) domām, datorspēles jāiekļauj mācību procesā pat vissarežģītāko jautājumu risinājumos (Krūmiņa, 2012). Bez tam skolu programmās nav arī vienotas pieejas informācijas tehnoloģiju izmantošanai mācību procesā, kā arī nav skaidrs un arī pietrūkst ideju, kā jaunās

tehnoloģijas izmantot mācību procesā (Skulte, 2012). Viens no ierobežojumiem ir arī skolu datortehnikas nodrošinājums, pieejamība, kā arī pašu skolotāju prasme informācijas tehnoloģiju izmantošanā mācību procesā.

Kā liecina publikācijas, datorspēļu izmantošanai mācību procesā ir ne tikai atbalstītāji. Kā vieni no galvenajiem trūkumiem spēļu izmantošanai mācību procesā tiek atzīmēti: 1) iekļaujot spēles mācību stundā, skolotājam var rasties grūtības precīzi saplānot nodarbību, cik katrai spēlei atvēlēt laiku no nodarbības, jo jāņem vērā katra skolēna individualitāte un nepieciešamais laiks uzdevumu veikšanai; var rasties situācija, ka stundu plānojumā paredzētās tēmas netiek izskatītas laika trūkuma dēļ; 2) skolotājam grūtāk izsekot līdzi, ko skolēns nodarbības laikā ir iemācījies; 3) bērnu, arī pieaugušo, atkarība no datorspēlēm (*Educational Games*, 2012). Skolēni un studenti arvien vairāk laika pavada pie datora virtuālajā vidē, un līdz ar to arvien mazāk laika paliek tiešai komunikācijai.

Kā liecina publikācijas, skolotājiem arī pietrūkst informācijas par piemērotām spēlēm (Uz spēlēm balstīta ...).

Raksta **mērķis** ir apskatīt internetā pieejamās izglītojošās spēles un testus, kurus varētu izmantot gan skolēni, gan studenti mācību procesā, apgūstot ģeogrāfiju.

Galvenais informācijas avots – internetā pieejamās bezmaksas ģeospēles un testi tiešsaistes režīmā, kam nav nepieciešams instalēt vēl papildus kādu programmatūru, nav nepieciešams lietotājvārds un parole. Vienīgais – vajadzīgs dators ar interneta pieslēgumu. Šos testus un spēles var izmantot kā apmācības elementu klasē, tāpat ārpus klases ne tikai skolēni un studenti, bet arī pārējie interesenti, apgūstot ģeogrāfiju un ģeoloģiju, vides zinātni.

3. Izglītojošās spēles un testi ģeogrāfijā

Ģeogrāfija saistās arī ar lielu faktiskā materiāla apgūšanu – par valstīm, kontinentiem, par iedzīvotājiem, saimniecību un dabas objektiem katrā kontinentā un valstī, par ģeogrāfiskajiem nosaukumiem – par pilsētām, upēm, ezeriem, kalniem, tuksnešiem, vulkāniem un to izvietojumu. Izzinot tēmas par dabas procesiem un parādībām, dabas un iedzīvotāju savstarpējo mijiedarbību, cilvēka ģeogrāfiju, izglītojošās spēles varētu padarīt mācīšanos aizraujošāku, efektīvāku, palīdzētu izprast daudzus faktus, saskatīt likumsakarības, kā arī palīdzētu vieglāk iegaumēt, atcerēties valstu, pilsētu un dabas objektu izvietojumu un to nosaukumus. Tāpat spēles varētu attīstīt telpisko domāšanu un erudīciju.

Internetā tiešsaistes režīmā ir pieejamas ģeospēles un testi ģeogrāfijā latviešu valodā. Piemēram, Latvijā mājas lapā *Virtuālā skola* (*http://www.uzdevumi.lv/*) ir ievietoti testi arī ģeogrāfijā, kas ir lielisks veids pārbaudīt skolēnu zināšanas, tajā pat laikā skolotājiem ir iespējas veidot pašiem pārbaudes darbus (mājas darbus, paštestus, kontroldarbus). Taču, lai izpildītu testu, nepieciešams ielogoties vai reģistrēties portālā. Tāpat, lai tiešsaistes režīmā spēlētu *Geo2 (http://game.geo200.com/)*, nepieciešams lietotājvārds un parole. Turpretim portālā *EduSpace* (*https://eduspace.lv/macibas/*) atrodas bezmaksas mācību materiāli un testi vidusskolēniem dabaszinībās. Bezmaksas testi dabaszinībās un ģeogrāfijā ievietoti arī portālā *Miksike* (*https://www.miksike.lv/*).

Tačū internetā tiešsaistes režīmā atrodamais plašais klāsts ar jau izstrādātajām ģeospēlēm un testiem ģeogrāfijā ir galvenokārt angļu valodā (*geography games / geogames, quiz games, map games*), tādējādi skolēniem un studentiem iespējams ne tikai pilnveidot savas zināšanas ģeogrāfijā, bet arī apgūt svešvalodu un terminoloģiju ģeogrāfijā angļu valodā.

Internetā ir pieejamas divu veidu ģeospēles un testi: 1) testi un ģeospēles, kas sniedz iespējas mācīties skolēnam un studentam patstāvīgi, apgūstot jaunas zināšanas un nostiprinot esošās; 2) testi un ģeospēles skolēnu un studentu zināšanu pārbaudei/kontrolei (skat. 1.attēlu). Tā, piemēram, mājas lapā *Digital Dialects* (*http://www.digitaldialects.com/geography_games.htm)* ievietota spēle par Eiropas valstīm, kur vispirms iespējams apskatīt Eiropas valstis, to izvietojumu, un pēc tam spēles veidā pārbaudīt kartes zināšanas. Līdzīga spēle par Eiropas valstīm un Eiropas valstu galvaspilsētām atrodas mājas lapā *Sheppard Software (http://www.sheppardsoftware.com/Geography.htm*).

1. attēls. Ģeospēle zināšanu apguvei un zināšanu pārbaudei
Avots: http://www.digitaldialects.com/geography_games.htm

Testi un ģeospēles ir veidotas, ņemot vērā gan skolēnu vecumu, gan grūtības pakāpi (bez priekšzināšanām, ar priekšzināšanām). Tas atspoguļojas jautājumu formulējumos, tēmās, kā arī pašā spēles un testa noformējumā (skat. 2. un 4.attēlu). Tā, piemēram, *National Geographic* mājas lapā atrodamas spēles, kas domātas jaunāko klašu skolēniem (piem., *http://kids.nationalgeographic.com/kids/games/geographygames/quizyournoodle-geography-facts/),* kā arī spēles vecāko klašu skolēniem un studentiem (piem., *http://travel.nationalgeographic.com/travel/quizzes/).*

Testu un ģeospēļu uzbūve ir dažāda – ir testi un spēles, kuros ir jāsniedz pareiza atbilde, ir testi un ģeospēles, kuros no vairākiem atbilžu variantiem jāizvēlas pareizais (skat. 1., 2. un 3.attēlu).

2.attēls. Ģeospēle zināšanu apguvei – jautājums bez atbilžu variantiem, ar laika ierobežojumu

Avots: http://www.geography-map-games.com

Bez tam ir spēles un testi ar laika ierobežojumu, t.i., katram jautājumam atvēlēts noteikts laiks, kurā jāsniedz atbilde (skat. 2.attēlu) vai arī atvēlētais kopējais laiks atbildēšanai uz jautājumiem. Jautājumu skaits var būt dažāds – ir spēles ar 10 jautājumiem, ir spēles ar 20 jautājumiem, ir spēles ar 45 jautājumiem. Ir spēles un testi bez laika ierobežojuma (skat. 3. un 4.attēlu).

Lai veicinātu sacensības garu, ir spēles, kurās par pareizām atbildēm sniedz punktus. Tā, piemēram, mājas lapā *Geography-Map-Games.com* (*http://www.geography-map-games.com)* par katru pareizu atbildi spēlētājs (skolēns, students) saņem noteiktu punktu skaitu, un punktu daudzums ir atkarīgs no sniegtās atbildes precizitātes, pie kam šīs spēles ir ar laika ierobežojumu (skat. 2.attēlu). Ir spēles, kurās spēlētājs nesaņem punktus, bet gan – cik procentos no noteiktā jautājumu skaita sniegtas pareizas atbildes (piem., *http://kids.nationalgeographic.com/kids/games/geographygames/quizyournoodle-geography-facts/*). Tāpat ir spēles, kas atgādina Latvijā TV spēlēto "Gribi būt miljonārs", t.i., par katru pareizu atbildi spēlētājs saņem virtuālo naudu (piem., *http://www.quia.com/rr/9778.html*). Tātad ģeospēles, kurās par pareizi sniegtām atbildēm var saņemt noteiktu punktu skaitu jeb pareizi sniegto atbilžu skaitu procentos, var būt: 1) bez atbilžu variantiem, ar vai bez laika ierobežojuma; 2) ar atbilžu variantiem, ar vai bez laika ierobežojuma.

Spēlējot ģeogrāfijas spēles, var ne tikai pārbaudīt savas zināšanas, bet arī mācīties. Ir spēles, kur jāsniedz pareiza atbilde uzreiz, bet ir spēles, kur dotas vairākas iespējas atrast pareizo atbildi uz jautājumu. Lielākā daļā spēļu pēc nepareizas atbildes sniegšanas skolēns un students var uzzināt pareizo atbildi. Bieži vien tiek norādīta ne tikai pareizā atbilde, bet arī sniegta plašāka informācija. Šādu ģeospēļu izmantošana dod iespējas ne tikai atklāt "baltos plankumus" zināšanās, bet arī tiek dotas iespējas mācīties patstāvīgi, iegūt papildus informāciju un uzlabot savas sekmes.

3.attēls. Ģeospēle zināšanu apguvei – tests ar atbilžu variantiem cilvēka un dabas ģeogrāfijā
Avots: http://www.triviaplaza.com/

Mājas lapā *Action Quiz* (*http://www.actionquiz.com)* atrodama spēle-viktorīna ģeogrāfijā, kurā piedalās spēlētājs un vēl divi virtuālie līdzspēlētāji-pretinieki. Par katru pareizu atbildi spēlētājs iegūst punktus; arī virtuālie spēlētāji par katru atbildi uz jautājumu iegūst punktus. Spēlētāja uzdevums – pārspēt savus virtuālos pretiniekus.

Testu un ģeospēļu tēmas ir dažādas. Internetā pieejamās ģeospēles un testi skar jautājumus gan cilvēka ģeogrāfijā (apdzīvojums, ekonomika u.c.), gan dabas ģeogrāfijā (hidroloģija, klimatoloģija, ģeoloģija un ģeomorfoloģija u.c.).

Salīdzinoši daudz ir testu un ģeospēļu par ģeogrāfiskajiem nosaukumiem, pārbaudot skolēnu un studentu kartes zināšanas *(map games)* par valstīm, valstu galvaspilsētām, lielākajām pilsētām. Ir arī ģeospēles un testi, kur var pārbaudīt zināšanas par ezeru un upju, vulkānu, tuksnešu, kalnu atrašanās vietu kartē (skat. 2. un 3.attēlu). Kartes palīdz iegaumēt arī ģeogrāfiskos faktus. Tāpat ir spēles un testi par ģeogrāfiskiem faktiem (piemēram, kurš ir lielākais ezers, lielākā upe, augstākais kalns, ar kuru valsti robežojas teritorija utt.). Internetā atrodamas spēles par klimatu, klimata izmaiņām un laika apstākļiem, spēles ģeoloģijā par iežiem un minerāliem.

Bez tam ir spēles un testi fotogrāfijās, piem., par pasaules brīnumiem, reljefa formām, ievērojamām celtnēm, pilsētām, valstu karogiem (skat. 3.attēlu). Sākumā šīs spēles liekas daudz vieglākas nekā patiesībā tas ir.

Jautājumi ģeospēlēs un testos ir gan par visu pasauli, gan atsevišķiem kontinentiem, gan atsevišķām valstīm. Salīdzinoši daudz spēļu un testu ir par Vāciju, Franciju, Poliju, Čehiju, ASV, Japānu u.c. (skat. 1. un 3.attēlu).

Vienas no interesantākajām mājas lapām ar dažāda veida testiem un spēlēm ģeogrāfijā gan jaunāko klašu skolēniem, gan vidusskolas skolēniem, gan arī studentiem ir *Geography-Map-Games.com* (*http://www.geography-map-games.com/), Sheppard Software (http://www.sheppardsoftware.com/Geography.htm), Trivia Plaza (http://www.triviaplaza.com/), Purpose Games* (*http://www.purposegames.com/geoquiz), Digital Dialects (http://www.digitaldialects.com/geography_games.htm), Action Quiz (http://www.actionquiz.com)* un *Seterra (http://online.seterra.net/en/)* (skat. 1., 2. un 3.attēlu). Jāatzīmē, ka mājas lapā *Purpose Games (http://www.purposegames.com/geoquiz)* ir ļoti plašs ģeospēļu un testu klāsts gan dabas ģeogrāfijā, gan cilvēka ģeogrāfijā. Šeit atrodamas spēles gan kartes zināšanu pārbaudei, gan spēles fotogrāfijās par karogiem, reljefa formām, ainavām u.c. Spēlēs iekļautie jautājumi ir par pasauli, atsevišķiem kontinentiem, reģioniem un valstīm. Par vienu tēmu var atrast vairākas spēles, kas atšķiras ar noformējumu, grūtības pakāpi, uzbūvi, teritoriju (pasaule, kontinents, valsts). Tā, piemēram, piedāvājumā par ezeriem tika atrastas vairāk kā 200 spēles – spēles par lielākajiem ezeriem pasaulē, dziļākajiem ezeriem pasaulē, ezeriem Eiropā, ezeriem atsevišķās valstīs (piemēram, Polijā, Grieķijā, Kanādā, ASV u.c.). Šajā mājas lapā var atrast vairākas spēles arī par pilsētām un dabas objektiem Latvijā, kas ļoti noderīgas Latvijas ģeogrāfijas mācīšanā.

Plašs ģeospēļu klāsts atrodas arī mājas lapā *Trivia Plaza* (*http://www.triviaplaza.com/)*. Mājas lapā *Geography-Map-Games.com* (*http://www.geography-map-games.com)* atrodas ģeospēles par valstīm, pilsētām un valstu karogiem pasaulē, valstīm un pilsētām Eiropā, Āzijā un atsevišķās valstīs (Japānā, Kanādā, ASV, Lielbritānijā, Polijā, Austrijā, Polijā, Vācijā u.c.).

Kā vienas no interesantākajām ģeospēlēm un testiem jaunāko klašu skolēniem atrodamas mājas lapās *Animals* (*http://www.seaworld.org/fun-zone/games/animal-geography/index.htm*) un mājas lapā *GeoGames* (*http://www.reachtheworld.org/games/geogames/Play-GeoGames.html*) (skat. 4.attēlu), kā arī mājas lapā *Play Kids Game.com (http://www.playkidsgames.com/geographygames.html*) un mājas

lapā *GeoNet (http://www.eduplace.com/geonet/)*. Taču šīs spēles ar aizrautību var spēlēt arī gan vecāko klašu skolēni, gan pieaugušie.

4.attēls. Ģeospēle jaunāko klašu skolēniem

Avots: http://www.seaworld.org/fun-zone/games/animal-geography/index.htm (pa kreisi); http://www.reachtheworld.org/games/geogames/Play-GeoGames.html (pa labi)

Plašs materiāla klāsts – testi un spēles, apraksti, nodarbību plānojumi atsevišķām tēmām ģeogrāfijā atrodas arī *Wycombe High School* mājas lapā (*http://whs.moodledo.co.uk/course/view.php?id=3193*). Šeit atrodamas ģeospēles un testi par pasauli – Eiropu, Āfriku, Āziju, Ziemeļameriku, Latīņameriku, Okeāniju – saistībā ar dabas un iedzīvotāju ģeogrāfiju (skat. 5.attēlu).

5.attēls. Ģeospēle un testi mājas *lapā http://whs.moodledo.co.uk/course/view.php?id=3193*

Vairāk kā tūkstotis dažāda veida spēles un testi par ģeogrāfiju apkopoti *Quia* mājas lapā *(http://www.quia.com/shared/geography/).* Zināšanas ģeogrāfijā var pārbaudīt *Sporcle* mājas lapā esošās vairāk kā 100 ģeospēles tiešsaites režīmā *(http://www.sporcle.com/games/category/geography).*

Secinajumi

Informācijas tehnoloģijas ietekmē mācību procesu gan skolā, gan augstskolā. Šodien skolotājam un augstskolas pasniedzējam tas jāņem vērā mācību procesa veidošanā. Internetā pieejamās ģeogrāfijas spēles un testi paver jaunas iespējas nodarbību organizēšanā un īstenošanā. Taču jāņem vērā, skolotājam un docētājam jāpavada ilgs laiks, lai no plašā internetā pieejamā spēļu un testu klāsta atlasītu nodarbībām labākās, interesantākās un atbilstošākās gan pēc satura, gan grūtības pakāpes, gan noformējuma un jautājumu skaita, un nepieciešamā laika spēļu un testu izpildīšanā. Neapšaubāmi, rakstā nav norādītas visas internetā pieejamās ģeospēles un testi. Taču apkopotā informācija varētu būt lietderīga, lai: 1) skolotājs sāktu izmantot ģeospēles mācību procesā, padarot nodarbības gan atraktīvākas un interesantākas, gan arī pārbaudītu skolēnu un studentu zināšanas; 2) sniegtu idejas un ierosinājumus pašiem skolotājiem veidot ģeospēles un testus latviešu valodā; 3) skolēniem un studentiem būtu iespējas ģeospēles izmantot mācību procesā, apgūstot jaunu informāciju, kā arī varētu paši pārbaudīt savas zināšanas.

Izmantotās literatūras saraksts

Didaktiskās spēles ķīmijas mācīšanā – kāpēc, kad un cik daudz. [Skatīts 09.05.2013]. http://www.kimijas-sk.lv/index.php/redaktora-sleja/209-2012-gada-9-oktobris

Educational Games (2012). *Teaching and Learning Resources*, [tiešsaiste]. [Skatīts 02.05.2013] http://teachinglearningresources.pbworks.com/w/page/35130965/Educational%20Games

Iepazīsim Eiropu [tiešsaiste]. [skatīts 08.05.2013]. http://europa.eu/europago/explore/init.jsp?language=lv

Grīne, I. (2012). Interneta resursu izmantošana ģeogrāfijā skolā. IV Latvijas Ģeogrāfijas kongress. Ģeogrāfija mainīgajā pasaulē. *Referātu tēzes*. Rīga: LĢB, LU, 39.–41.lpp.

Krūmiņa, A. (2012). Bērnība informācijas un komunikācijas tehnoloģiju laikmetā. *Latvijas Universitātes raksti. Pedagoģija un skolotāju izglītība.* 781, 18.–29.lpp., [tiešsaiste]. [Skatīts 02.05.2013] http://www.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/apgads/PDF/LUR-781_Pedagogi.pdf

Lūse, N. (2007). Digitālās tehnoloģijas integrētās pieejas ietvaros. *Latvijas Universitātes raksti. Pedagoģija un skolotāju izglītība.* 715, 71.–75.lpp., [tiešsaiste]. [Skatīts 08.05.2013]. http://www.lu.lv/materiali/apgads/raksti/715.pdf

Margeviča, I., Grinbergs, Ē. (2012). Mediju izmantošana Rīgas Valsts tehnikuma attīstībai. *Latvijas Universitātes raksti. Pedagoģija un skolotāju izglītība.* 781, 87.–99.lpp., [tiešsaiste]. [Skatīts 02.05.2013] http://www.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/apgads/PDF/LUR-781_Pedagogi.pdf

Skulte, I. (2012). E-grāmata un interaktīvā tāfele – tehnoloģijas mūsdienu skolā: izaicinājumi, iespējas un aizspriedumi. *Latvijas Universitātes raksti. Pedagoģija un skolotāju izglītība.* 781, 70.–86.lpp., [tiešsaiste]. [Skatīts 02.05.2013] http://www.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/apgads/PDF/LUR-781_Pedagogi.pdf

Spēles vienmēr bijušas daudz efektīvākas par lekcijām. Intervija ar Nordic Group direktoru Robertu Kecko (2012). [Skatīts 02.05.2013]. http://www.nti.lv/lat/news/event/index.php?153279

Uz spēlēm balstīta apmācība: jauna prakse, jaunas mācību telpas [Skatīts 02.05.2013]. http://www.elearningpapers.eu/lv/paper/

Vanaga, I. (2012). Paaudžu attecību transformācijas augstākajā izglītībā mediju kultūras kontekstā. *Latvijas Universitātes raksti. Pedagoģija un skolotāju izglītība.* 781, 30.–40.lpp., [tiešsaiste]. [Skatīts 02.05.2013] http://www.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/apgads/PDF/LUR-781_Pedagogi.pdf

RĪGAS IEDZĪVOTĀJU ATTIEKSME KĀ NOZĪMĪGS ILGTSPĒJĪGA TŪRISMA ATTĪSTĪBAS KRITĒRIJS

THE ATTITUDE OF RIGA INHABITANTS AS AN IMPORTANT CRITERION OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

Maija Rozīte, Dr. geogr.
Biznesa augstskola Turība, Latvija

Aija van der Steina, Dr.oec.
Biznesa augstskola Turība, Latvija

The development of sustainable tourism is characterized by its basic dimensions - sustainable and balanced development of economic, social, cultural and natural environment. The dimension of the social and economic development traditionally has been evaluated using tourism impact studies. One of the tourism impact measurement tools is the assessment of the local inhabitants' attitude. The purpose of this research was to assess the local inhabitants' attitude towards tourism in Riga. As a research method, survey questionnaires were used selecting 698 respondents randomly. As a result, the attitude of Riga inhabitants towards the impact of tourism on the city household, infrastructure, social and cultural environment has been assessed. The authors have analysed the differences of attitude in different demographic groups based on the inhabitants' occupation, location and attitude toward tourism development. In the respondents' opinion, the city nightlife development, a rise in commodity prices, facilitation of prostitution and the commercialization of tradition were seen as the most negative aspects of tourism impact. Riga inhabitants have assessed positively the development of tourism services, tourism impact on job creation, a rise in people's income, as well as the city environmental improvement.

Atslēgas vārdi: *Pilsētas tūrisms, tūrisma ietekme, iedzīvotāju attieksme, Rīga.*

Ievads

Mūsdienās tūrisma attīstība ir saistāma tikai ar ilgtspējīga tūrisma attīstības principu ievērošanu. Sabiedrībā jau tiek saprasts, ka tūrismam ir jāsaudzē dabas un kultūras vērtības, bet ilgtspējīga tūrisma principi izpaužas arī ekonomiskajā un sociālajā dimensijā – līdzsvarotā ekonomiskajā attīstībā un sabiedrības interešu ievērošanā. Tieši šie aspekti pilsētās ir daudz nozīmīgāki nekā lauku un savvaļas dabas teritorijās. Latvija, tai skaitā Rīgas pilsēta, sekojot globālajām tūrisma nostādnēm, ir izvēlējusies ilgtspējīga tūrisma attīstības ceļu. Rīgas Pilsētas attīstību nosaka Rīgas Ilgtermiņa attīstības stratēģija līdz 2025.gadam, kuras mērķis ir "radīt priekšnoteikumus Rīgas pilsētas ilgtspējīgai attīstībai, kā arī rīdzinieku dzīves kvalitātes uzlabošanai" (Rīgas dome, 2005, 9).

Biznesa augstskolas *Turība* Tūrisma un viesmīlības katedra 2011.–2012.gadā uzsāka apjomīgu pētījumu Rīgā, lai noskaidrotu, kāda ir tūristu attieksme pret Rīgu kā tūrisma galamērķi un tā iedzīvotājiem (Rozite, Steina, 2012), un kā savukārt pret tūrisma attīstību pilsētā attiecas rīdzinieki.

Šajā rakstā tiks atspoguļoti pētījuma dati, kuros ir izvērtēta Rīgas iedzīvotāju attieksme pret tūrisma ietekmi uz pilsētas saimniecību, infrastruktūru, sociālo un kultūras vidi.

Pirmais šāda veida pētījums tika veikts Rīgā 1998.gadā (*Upchurch* & *Teivane*, 2000), kad starptautiskais tūrisms Latvijā sāka atdzimt pēc valsts neatkarības atgūšanas. Kopš tā laika tūrisma nozare ir strauji attīstījusies, viesnīcās un tām pielīdzināto tūristu mītņu skaits valstī ir pieaudzis trīs reizes (210 mītnes 1999.gadā, bet 641 – 2011.gadā), gultas vietu skaits pieaudzis divas reizes (no 16733 uz 35745 vietām), apkalpoto viesu skaits pieaudzis 3,4 reizes (no 462,9 tūkst. uz 1,58 milj.) (CSP, 2012).

Upčuhučs (*Upchurch*) un Teivane pieņēma, ka, atbilstoši Batlera (*Butler*) tūrisma vietas dzīves cikla modelim, tūrisma attīstība ir bijusi sākuma jeb atklāšanas (*exploring*) stadijā (*Upchurch, Teivane*, 2000, 502). Autori gan nepiekrīt šādam apgalvojumam, jo tūrismam Latvijā un Rīgā ir daudz dziļākas saknes un garāka attīstības vēsture (Rozīte, 1998; Rozite, Klepers, 2011), kurā ir attīstības posmu pārrāvumi, bet nevis tūrisma sākuma cikls. Par jaunu galamērķi to var uzskatīt vien jaunākās paaudzes rietumvalstu tūristi, kas nevarēja Latviju apmeklēt tikpat viegli kā citu Eiropas valsti. Līdzīgi, kā pirms 15 gadiem, iedzīvotājiem tika lūgts novērtēt tūrisma ietekmes pozitīvos un negatīvos aspektus.

Līdzšinējos pētījumos ir uzsvērts, ka nepieciešami atkārtoti, longitudināli pētījumi, lai sekotu iedzīvotāju attieksmei, tās maiņai un atbalstam tūrismam (*Upchusch, Teivane*, 2000; *Andriotis, Vaugham*, 2003).

1. Literatūras apskats

Ilgtspējīgu tūrisma attīstību raksturo tā pamatdimensijas – ilgtspējīga, līdzsvarota ekonomiskās, sociālās, kultūras un dabas vides attīstība. Reaģējot uz tūrisma negatīvajām ietekmēm, tika radīts jēdziens "ilgtspējīgais tūrisms". Ilgtspējīgā tūrisma definīciju 1988.gadā formulēja Apvienoto Nāciju Pasaules Tūrisma Organizācija (UNWTO): *"Ilgtspējīgs tūrisms apmierina tūristu un tūristus uzņemošo reģionu vajadzības tagadnē, aizsargājot un saglabājot iespējas nākotnē. Tas veicina visu resursu pārvaldību tādā veidā, lai tiktu apmierinātas ekonomiskās, sociālās un estētiskās vajadzības, vienlaicīgi saglabājot kultūras integritāti, būtiskus ekoloģiskus procesus, bioloģisko daudzveidību un dzīvību uzturošās sistēmas."*

Tūrisma sociālās un kultūras ietekmes viens no indikatoriem ir vietējo iedzīvotāju attieksme. Tūrisma attīstības plānotājiem ir jādomā, kā aizsargāt teritorijas sociālo, ekonomisko un vides kvalitāti tā, lai tā iepriecinātu vietējos iedzīvotājus tāpat kā tūristus. Lai izprastu tūrisma nozari, ir vajadzīgs kas vairāk nekā tikai tūrisma pieredze dažādās eksotiskās vietās – ir jāizprot vietējais iedzīvotājs un tas, kā viņš izprot tūrisma nozīmi savā pašvaldībā un ir ieinteresēts aizsargāt vietējās dzīves kvalitāti (*Harrill*, 2004). Iedzīvotāju attieksmi veido tūrisma ekonomiskās, kultūras un vides ietekmes efekti, kas tiek uztverti kā pozitīvas vai negatīvas sekas.

Tūrismam strauji attīstoties, jau kopš pagājušā gadsimta astoņdesmitajiem gadiem tika veikti arī iedzīvotāju attieksmes pētījumi, piemēram, Brujems (*Brougham*) un Batlers 1977.g. Skotijā, Belezo (*Belisle*) un Hojs (*Hoy*) 1980.g. Kolombijā, Kuks (*Cooke*) 1982.g. Britu Kolumbijā, Liu (*Liu*) & Vars (*Var*) 1984.g. Havaju salās (*Glenn*, 1992). Jau tad, līdztekus tūrisma pozitīvajai ietekmei (infrastruktūras, rekreācijas attīstība, komercdarbības iespējas un jaunas darba vietas), tika saskatīta arī

negatīvā ietekme, kā, piemēram, troksnis, piesārņojums, drūzma. Jaunākie pētījumi liecina, ka vietējie iedzīvotāji labi atšķir tūrisma ekonomiskās ietekmes pozitīvās un negatīvās puses (*Harrill*, 2004).

Monogrāfijā, kas veltīta vietējo iedzīvotāju un tūristu saskarsmei Jaunzēlandē, uzsvērts, ka attiecības, sadursmes starp vietējiem un viesiem (*host-guest encounter*) ir ilgtspējīga tūrisma attīstības stūrakmens (*touchstone*) un kritērijs (*Simmons, Fairweather* (eds), 2005). Tūrisms neattītās izolētā vidē, tāpēc vietējo iedzīvotāju atbalsts ir nozīmīgs faktors sekmīgai tūrisma attīstībai, vēl vairāk, ir nepieciešama viņu iesaiste plānošanas un attīstības sākuma posmos (*Oviedo–Garcia et al*., 2008; *Dyer et al*., 2006).

Glens, atsaucoties uz Kuku (1982) un Loikisu (*Loukissas*) (1983) raksta, ka, "lai tūrisms attīstītos, vietējiem iedzīvotājiem ir jābūt labvēlīgi noskaņotiem pret tūristiem", akcentējot arī, ka vietējo iedzīvotāju attieksme ir jāizmanto kā viens no monitoringa indikatoriem tūrisma ietekmes novērtēšanai (*Glen*, 1992,13).

Pilsētas pakalpojumus vienlaicīgi lieto gan vietējie iedzīvotāji, gan vienas dienas viesi, gan tūristi. Vietējo iedzīvotāju attieksme pret tūrismu ir ļoti nozīmīga, jo tā skar viņu mājvietu un pašvaldību (*Haywood*, 1997). Bramvels (*Bramwell*) uzsver, ka vietējiem iedzīvotājiem ir savs viedoklis par tūrisma produktu arī tad, ja viņi paši to nelieto vai ir tikai tā potenciālie lietotāji, un viņu viedoklis ir jāņem vērā pilsētas politikas veidotājiem (*Bramwell*, 1998, 37).

Pētījumā Izraēlā tika atklāts, ka, jo ciešāka, intensīvāka mijiedarbība starp ilglaicīgiem tūristiem un vietējiem iedzīvotājiem, jo augstāka tūristu apmierinātība ar viņu uzturēšanos un pieredzējumu galamērķī (*Pizam et al*, 2000). Tūrisma attīstībā ir svarīgi domāt ne tikai par pieprasījumu, kā piesaistīt vairāk tūristu pilsētai, bet arī par piedāvājumu – "par soļiem, kā veidot atraktīvāku un iepriecinošāku tūrisma produktu" (*Harrill*, 2004, 264).

Iedzīvotāju viedoklis par tūrisma attīstību var palīdzēt plānotājiem un attīstītājiem saredzēt galvenās problēmas, minimizēt tās, optimizēt tūrisma pozitīvo ietekmi (*Andriotis, Vaughan*, 2003). Harils (*Harrill*), apkopojot iedzīvotāju attieksmes pētījumus plānošanas vajadzībām, secina, ka iedzīvotāju aptaujās tiek identificētas specifiskās tūrisma ietekmes problēmas un ieguvumi. Tādēļ vietējo iedzīvotāju iesaistei un izglītībai ir jābūt par atslēgas elementiem tūrisma attīstības plānošanas procesā, lai izmantotu pozitīvo ieguvumu lomu un ziņotu, kas tiek darīts, lai mīkstinātu negatīvo ietekmi (*Harrill*, 2004).

Tūrisms pilsētā nav vienīgā saimniecības nozare, tādēļ tai jākonkurē ar citam nozarēm darba spēka piesaistē un vietas izvēlē. Definējot pilsētas tūrisma izpētes virzienus, tūrisma ietekmes pētījumi tiek izdalīti kā vieni no nozīmīgākajiem, ka tūristi pilsētā atrodas dialektiskā saistībā ar vietējiem iedzīvotājiem (*Edwards et al*., 2008; *Ashworth, Page*, 2010).

2. Pētījuma apraksts un metodes

Pētījums tika veikts 2012.gadā tūrisma sezonā no marta līdz oktobrim, veicot Rīgas iedzīvotāju aptauju. Kopā tika aptaujāti 698 nejauši izvēlēti respondenti dažādās Rīgas apkaimēs. Izlases veidošana balstījās uz Rīgas iedzīvotāju skaitu 2012.gada 1.janvārī (PLMP, 2012) (N=699203). Izlases robežkļūda ir 3,71% ar ticamības līmeni 95%.

Andriotis un Vaughems (*Vaugham*), pētot iedzīvotāju attieksmi Krētā, ir izdalījuši trīs attieksmes komponentes – kognitīvo (*cognitive* – kā apraksta), emocionālo (*affective* – patīk vai nepatīk) un konatīvā jeb rīcības komponente (*conative* – kā rīkojas) (*Andriotis, Vagham,* 2003, 173). Šajā pētījumā tika noskaidrota kognitīvā un konatīvā komponente.

Anketā, kurā bija 15 jautājumi, tika iekļauti četri jautājumi par respondentu demogrāfisko profilu, tai skaitā tika noskaidrota dzīves vieta, lai varētu novērtēt, kā tā ietekmē iedzīvotāju attieksmi.

Tika uzdoti arī kodēti jautājumi par dzīves ilgumu Rīgā, iesaisti tūrismā, saskarsmes biežumu ar tūristiem. Četros jautājumos, izvērtējot attieksmi pret tūrisma ietekmi uz saimniecību, infrastruktūru, sabiedrību un kultūru, tika izmantota Likerta skala no 1 līdz 10. Ekonomiskās ietekmes izvērtējumam tika doti 11 apgalvojumi, infrastruktūrai – 12 apgalvojumi, bet ietekmei uz sabiedrību un kultūru – 13 apgalvojumi, kuri bija jānovērtē Likerta skalā no 1 līdz 10.

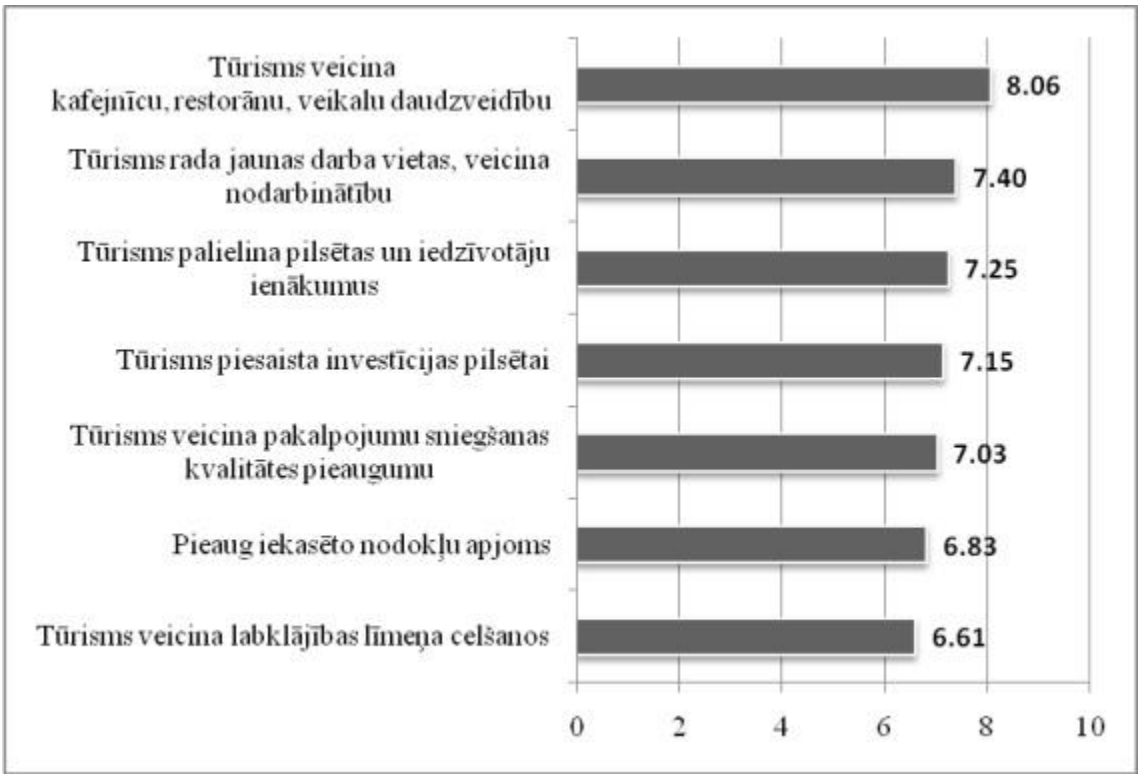
Ietekmēs novērtējuma izvērtēšanai un salīdzināšanai tika aprēķinātas vidējās vērtības: aritmētiskais vidējais, moda un mediāna. Statistiski nozīmīgas atšķirības starp grupām tika pārbaudītas ar dispersijas analīzi (ANOVA) un hipotēžu pārbaudi par divu neatkarīgu izlašu aritmētiskajiem vidējiem ar dažādām dispersijām (t-tests).

3. Rezultāti

Raksturojot respondentu profilu, jāatzīmē, ka 57% bija sievietes, 43% vīrieši. 46,4% respondentu bija vecumā no 18 līdz 30 gadiem, bet 8,2% vecāki par 61 gadu. 36% respondentu bija ar augstāko izglītību. Nedaudz vairāk kā puse (22,8%) respondentu dzīvo Rīgā divdesmit un vairāk gadus, bet mazāk par pieciem gadiem – 14,7%. Iedzīvotāji tika anketēti visā pilsētas teritorijā. 22,8% respondentu dzīvo pilsētas centrā (Vecrīgas un Centra apkaimēs), kur uzturas lielākā daļa tūristu.

78,7% no aptaujātajiem paši nav saistīti ar tūrisma nozari, tikai 4,5% respondentu norādīja, ka pats vai kāds no ģimenes locekļiem ir iesaistīts tūrisma pakalpojumu sniegšanā.

Novērtējot saskarsmes biežumu ar tūristiem, tikai 5,3% rīdzinieku norādīja, ka viņiem ļoti bieži nākas saskarties ar tūristiem (12,8%), bieži saskaras 41,8%, dažkārt un reti – 35,1%, bet nekāda saskarsme ar tūristiem nav bijusi tikai 5,3% respondentu. Pētījuma autori pieņēma, ka varētu pastāvēt atšķirības saskarsmes biežumā starp vietējiem iedzīvotājiem un tūristiem atkarībā no tā, kur vietējie iedzīvotāji dzīvo, jo pilsētas centrā tūrisma intensitāte ir lielāka nekā pilsētas perifērijā. Iepriekš minētais pieņēmums neapstiprinājās, jo statistiski nozīmīgas atšķirības netika novērotas starp tiem, kas dzīvo centrā un tiem, kas dzīvo ārpus Rīgas centra (sig = 0.104). Statistiski nozīmīgas atšķirības saskarsmes biežumā tika novērotas starp vecuma grupām (sig = 0.000). Piemēram, biežāka saskarsme ar tūristiem ir vecuma grupā no 18 līdz 30 gadiem, bet reta saskarsme iedzīvotājiem pēc 61 gada vecuma, kas ir loģiski izskaidrojams gan ar gados jaunāku cilvēku atvērtību, gan brīvā laika pavadīšanas vietām, gan labākām svešvalodu zināšanām.



1.attēls. Tūrisma pozitīvā ietekme uz Rīgas ekonomisko vidi (Rīgas iedzīvotāju vērtējums)

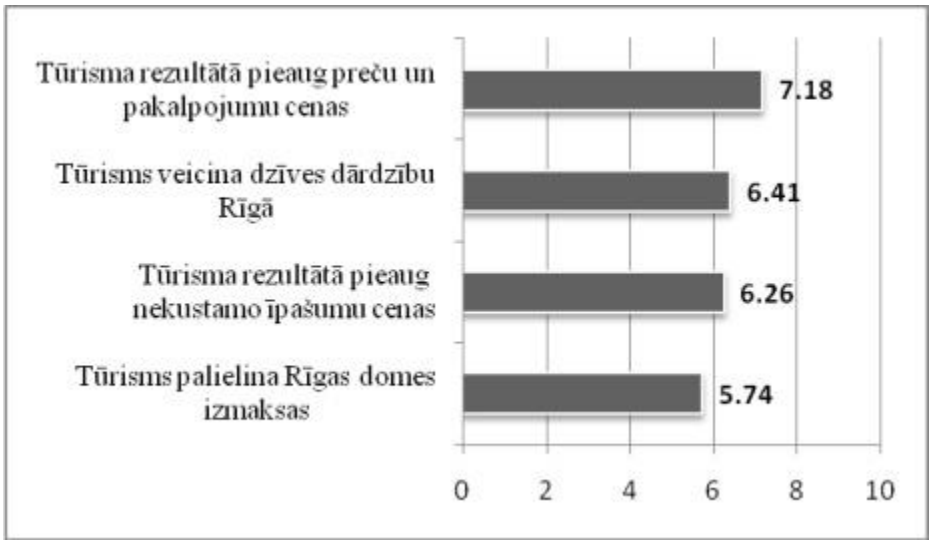
Kopumā, izsakot savu attieksmi pret tūrisma attīstību Rīgā, 85,7% aptaujāto atzīmēja, ka atbalsta to, 11,8% aptaujāto bija vienaldzīga attieksme pret tūrisma attīstību, bet tikai 1,9% norādīja, ka tūrisma attīstību pilsētā neatbalsta. Jāatzīmē, ka respondentu daļa, kas atbalsta tūrisma attīstību Rīgā ir salīdzinoši liela, un, kā rāda līdzšinējie pētījumi, iedzīvotāju daļa, kam ir pozitīva attieksme pret tūrismu, var variēt no 55% un vairāk (*Andriotis, Vaugham*, 2003). Statistiski nozīmīgas atšķirības tūrisma atbalstā netika novērotas ne starp vecuma grupām (sig.=0,148), ne starp iedzīvotājiem atkarībā no dzīves vietas (centrā vai ārpus tā) (t-testa p vērtība = 0,677). Savukārt tie, kas iesaistīti tūrismā, vairāk atbalsta tūrisma attīstību, nekā tie, kas paši vai viņu radinieki nav iesaistīti tūrismā (t.-testa p-vērtība = 0,001).

Izvērtējot Rīgas iedzīvotāju attieksmi pret tūrisma attīstības ietekmi uz pilsētas ekonomisko vidi, respondentiem bija jānovērtē pozitīvās un negatīvās ietekmes aspekti skalā no 1 līdz 10, kur 1 – galīgi nepiekrīt anketā minētajam apgalvojumam, bet 10 – pilnībā piekrīt minētajam apgalvojumam. Augstākais pozitīvās ekonomiskās ietekmes vidējais aritmētiskas vērtējums tika dots tieši tiem aspektiem, kas saistīti ar tūrisma nozares attīstību un nodarbinātību. Iegūtie rezultāti liecina, ka kopumā ekonomiskās ietekmes faktori tiek vērtēti pozitīvi (skat. 1.attēlu).

Visaugstāko vērtējumu tūrisma pozitīvai ekonomiskai ietekmei, kas bija virs vidējā kopējā aritmētiskā vērtējuma ($\bar{x}$= 7,19), saņēma tādi ietekmes veidi kā ietekme uz kafejnīcu, restorānu un veikalu pakalpojumu daudzveidību ($\bar{x}$=8,06), tūrisma radītām jaunām darba vietām un nodarbinātības

veicināšanu ($\bar{x}$=7,40), un tam, ka tūrisms palielina pilsētas iedzīvotāju ienākumus ($\bar{x}$= 7,25). Minētajiem pirmajiem diviem augstāk novērtētajiem ietekmes veidiem vērtējumu "astoņi" deva vairāk nekā puse respondentu (Me = 8,00), savukārt pārējiem pozitīvās ekonomiskās ietekmes faktoriem lielākā daļa respondentu deva zemāku vērtējumu. Viszemāko pozitīvās ekonomiskās ietekmes vērtējumu saņēma apgalvojumi: "tūrisms veicina labklājības celšanos" ($\bar{x}$= 6,61) un "pieaug iekasēto nodokļu apjoms" ($\bar{x}$= 6,61).

Statistiski nozīmīgas atšķirības tika novērotas, analizējot Rīgas centrā un ārpus centra dzīvojošo iedzīvotāju vērtējumu par pozitīvajiem ekonomiskās ietekmes faktoriem. Centra iedzīvotāji novērtēja zemāk ietekmi šādiem faktoriem: "tūrisms rada jaunas darba vietas un veicina nodarbinātību" (t-testa p-vērtība=0,000), "tūrisms palielina pilsētas iedzīvotāju ienākumus" (t-testa p-vērtība = 0,001) un "tūrisms piesaista investīcijas" (t-testa p-vērtība = 0,001). Savukārt tādu tūrisma ietekmes izpausmi kā vietējo iedzīvotāju labklājības celšanos centra iedzīvotāji vērtēja augstāk nekā ārpus centra dzīvojošie (t-testa p-vērtība = 0,000).



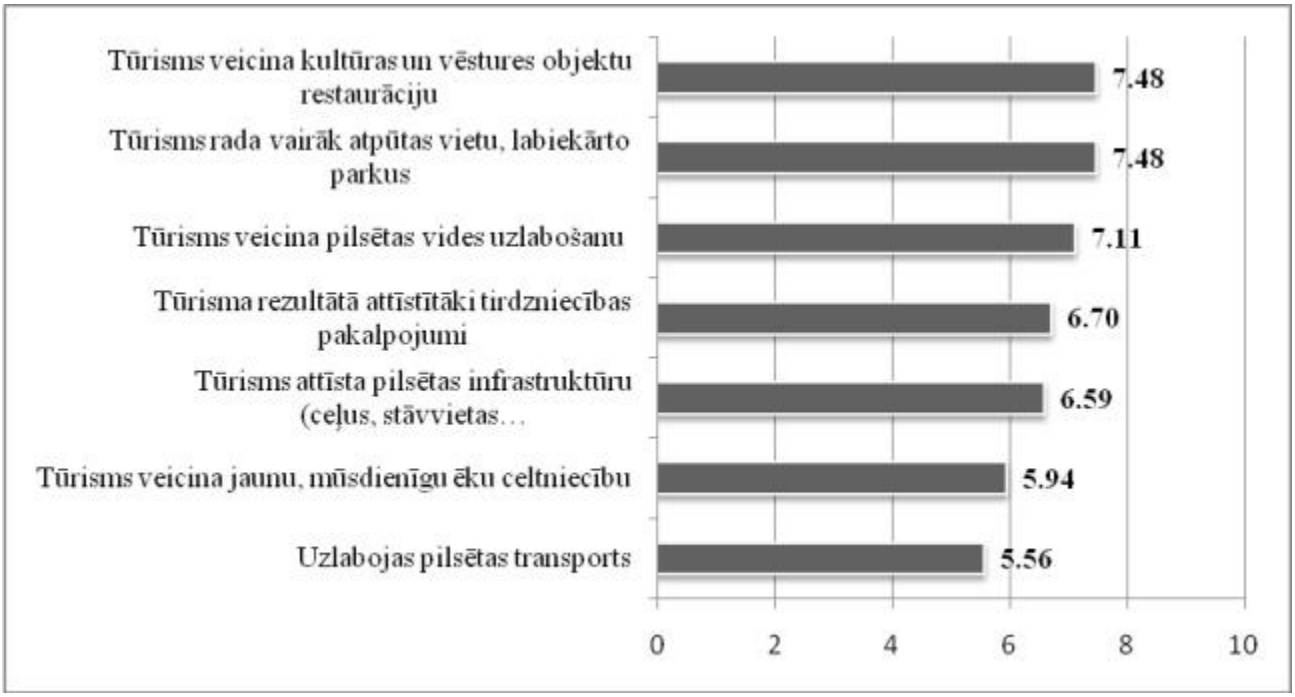
2.attēls. Tūrisma negatīvā ietekme uz Rīgas ekonomisko vidi (Rīgas iedzīvotāju vērtējums)

Statistiski nozīmīgas atšķirības atsevišķu faktoru ietekmes novērtējumā tika novērotas starp tiem iedzīvotājiem, kas bija iesaistīti tūrismā, un starp tiem, kuri nebija iesaistīti tūrismā. Tie, kas bija iesaistīti tūrismā, augstāk vērtēja tādu faktoru ietekmi kā: tūrisms rada jaunas darba vietas un veicina nodarbinātību (t-testa p-vērtība = 0,012), tūrisms palielina pilsētas iedzīvotāju ienākumus (t-testa p-vērtība=0.008) un tūrisms piesaista investīcijas (t-testa p-vērtība=0.006), un tūrisms veicina labklājības celšanos (t-testa p-vērtība = 0,007). Savukārt tie respondenti, kuri atbalstīja tūrisma attīstību Rīgā, augstāk novērtēja tikai divus pozitīvās ekonomiskās ietekmes faktorus: tūrisms palielina iedzīvotāju ienākumus (t-testa p-vērtība = 0,041) un tūrisms piesaista investīcijas (t-testa p-vērtība = 0,025). Pārējo faktoru novērtējumā statistiski nozīmīgas atšķirības netika novērotas (t-testa p-vērtība > 0,05).

Ekonomiskās negatīvās ietekmes vērtējumam kopējais vidējais vērtējums bija 6,4, kas parāda, ka kopumā iedzīvotāji pozitīvo ietekmi uz ekonomisko vidi vērtē augstāk. Kā galveno negatīvās ietekmes faktorus respondenti vērtējuši preču un pakalpojumu cenu pieaugumu $\bar{x}$= 7,18) un dzīves dārdzības pieaugumu $\bar{x}$= 6,41). Skat. 2.attēlu.

Centra iedzīvotāji augstāk nekā ārpus centra dzīvojošie vērtē negatīvās ietekmes faktorus (t-testa p-vērtība < 0.05) un tikai apgalvojuma "Tūrisma rezultātā pieaug nekustamo īpašumu cenas" vērtējumā starp šīm grupām nav novērojamas statistiski nozīmīgas atšķirības (t-testa p-vērtība=0.554).

Statistiski nozīmīgas atšķirības negatīvās ekonomiskās ietekmes faktoru vērtējumos netika novērotas ne starp tūrismā iesaistītajiem un neiesaistītajiem iedzīvotājiem, ne starp tiem, kas tūrismu atbalsta, un tiem, kas tūrismu neatbalsta.



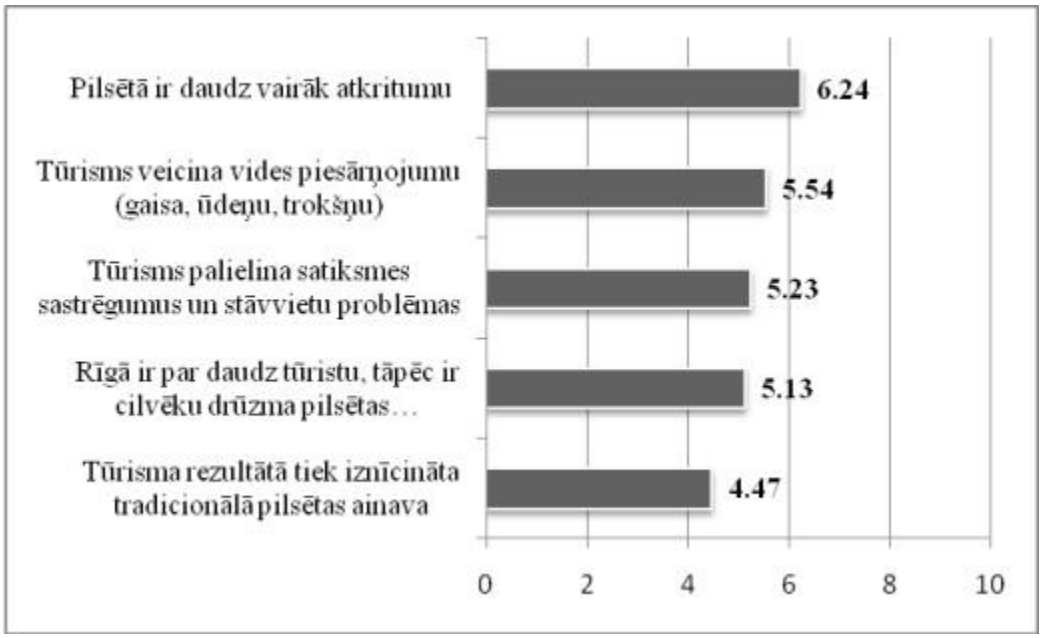
3.attēls. Tūrisma pozitīvā ietekme uz Rīgas vidi un infrastruktūru (Rīgas iedzīvotāju vērtējums)

Analizējot tūrisma ietekmes uz sociālo vidi un infrastruktūru vērtējumu, jāatzīmē, ka pozitīvās ietekmes kopējais vidējais vērtējums ir 6,7. Augstāk par vidējo vērtējumu šajā grupā saņēma četras sociālās un infrastruktūras vides ietekmējošās pozitīvās izpausmes: tūrisms rada vairāk atpūtas vietas un labiekārtotus parkus ($\bar{x}$= 7,48), tūrisms veicina kultūras un vēstures objektu restaurāciju ($\bar{x}$= 7,48), tūrisms veicina pilsētas vides uzlabošanu ($\bar{x}$= 7,11). Tās izpausmes, kas saistītas ar transportu un tā infrastruktūras attīstību, tika vērtētas salīdzinoši zemu (skat. 3.attēlu).

Izvērtējot centra iedzīvotāju un ārpus centra dzīvojošo iedzīvotāju vērtējumu par pozitīvo ietekmi uz pilsētvidi un infrastruktūru, atklājas, ka tikai viena faktora vērtējumā pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības (t-testa p-vērtība = 0,000). Centra iedzīvotāji augstāk vērtēja pilsētas vides uzlabošanu ($\bar{x}$= 7,45), ko varētu skaidrot ar to, ka šie iedzīvotāji kopumā šo ietekmi izjūt daudz labāk, jo tā ir viņu dzīvesvieta.

Salīdzinot ietekmes faktoru vērtējumu pa grupām, atklājas, ka statistiski nozīmīgas atšķirības atsevišķu faktoru vērtējumos pastāv starp iedzīvotājiem, kuri ir iesaistīti tūrismā, un starp tiem, kuri nav iesaistīti. Tūrismā iesaistītie augstāk vērtēja tūrisma ietekmi uz pilsētas vides uzlabošanos ($\bar{x}$= 7,47), kultūras un vēstures objektu restaurāciju ($\bar{x}$= 7,78), atpūtas vietu un labiekārtotu parku radīšanu ($\bar{x}$= 7,91).

Statistiski nozīmīgas atšķirības pozitīvās ietekmes uz pilsētvidi un infrastruktūru vērtējumā netika novērotas tūrisma attīstību atbalstošajā un neatbalstošajā grupā.

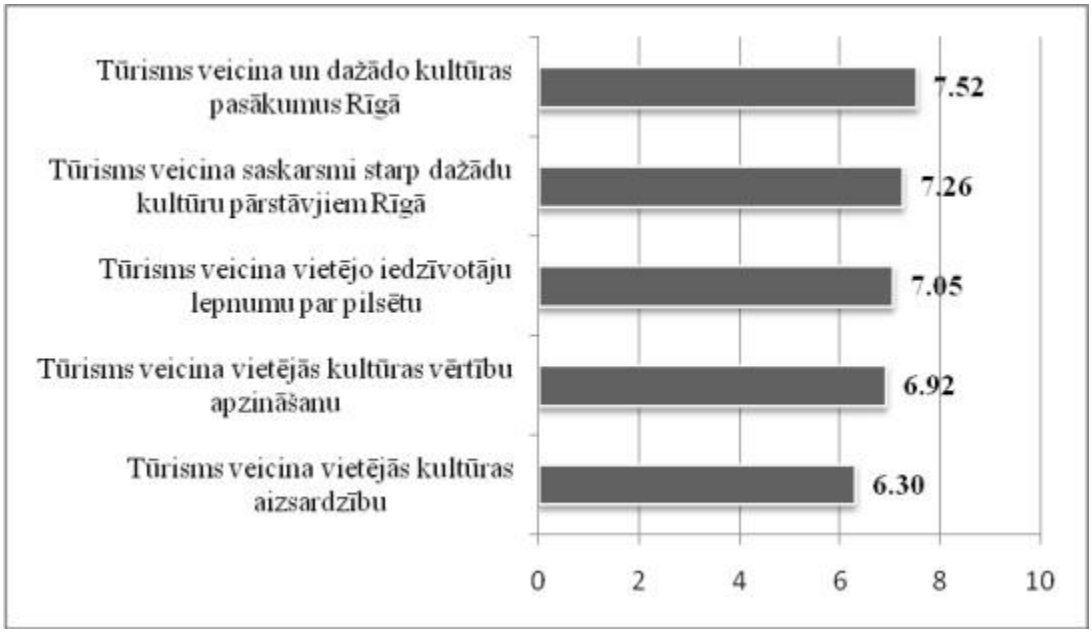


4.attēls. Tūrisma negatīvā ietekme uz Rīgas vidi un infrastruktūru (Rīgas iedzīvotāju vērtējums)

Vērtējot tūrisma negatīvo ietekmi uz pilsētas vidi un infrastruktūru, jāatzīmē, ka kopumā negatīvos faktorus raksturojošie apgalvojumi saņēma zemāku vidējo aritmētisko vērtējumu ($\bar{x}$= 5,32) nekā pozitīvās ietekmes faktori ($\bar{x}$= 6,70). Lai arī vērtējums šajā faktoru grupā kopumā ir salīdzinoši pozitīvs (negatīvo faktoru ietekmes vērtējums zems), respondentu skatījumā lielāka ietekme ir uz pilsētas atkritumu daudzumu ($\bar{x}$= 6,24), un vides piesārņojumu (gaiss, trokšņi, ūdeņi) ($\bar{x}$= 5,54). Iedzīvotāji viszemāk vērtē tūrisma ietekmi uz tradicionālo pilsētas ainavu ($\bar{x}$= 4,47) un tūristu skaita negatīvā ietekme uz pilsētvidi tiek vērtēta salīdzinoši zemu ($\bar{x}$ = 5,15) . Skat. 4.attēlu.

Analizējot negatīvās ietekmes vērtējumus dažādās grupās, statistiski nozīmīgas atšķirības tika novērotas tikai atsevišķu faktoru vērtējumā. Respondenti, kas saistīti ar tūrismu, augstāk novērtēja ($\bar{x}$= 5,99) tūrisma ietekmi uz vides piesārņojumu (t-testa p- vērtība= 0,030). Savukārt tie respondenti, kas neatbalsta tūrisma attīstību, augstāk ($\bar{x}$= 8,00) nekā tūrisma atbalstītāju grupā ($\bar{x}$= 6,24) novērtēja tūrisma ietekmi uz pilsētas atkritumu daudzumu (t-testa p-vērtība = 0,009). Pārējo negatīvo tūrisma ietekmes faktoru vērtējumā starp iepriekšminētajām grupām statistiski nozīmīgas atšķirības netika konstatētas.

Statistiski nozīmīgas ietekmes faktoru vērtējumu atšķirības tika novērotas starp dzīves vietas grupām – centrā un ārpus pilsētas centra dzīvojošie. Tūrisma ietekmi uz atkritumu daudzumu pilsētā (t-testa p-vērtība = 0,002) ārpus centra dzīvojošie vērtē augstāk nekā centrā dzīvojošie. Savukārt tūrisma ietekmi uz sastrēgumu veidošanos (t-testa p-vērtība = 0,028), piesārņojuma palielināšanos (t-testa p-vērtība= 0.003), tradicionālās ainavas iznīcināšanu (t-testa p-vērtība = 0,000) un tūristu ietekmi uz drūzmu pilsētā (t-testa p-vērtība = 0,000) centrā dzīvojošie vērtē augstāk nekā ārpus centra dzīvojošie. Izskaidrojums šīm atšķirībām varētu būt tas, ka centra iedzīvotāji savā dzīves telpā ikdienā izjūt šo iepriekšminēto faktoru ietekmi.



5.attēls. Tūrisma pozitīvā ietekme uz Rīgas kultūru un sabiedrību (Rīgas iedzīvotāju vērtējums)

Lai novērtētu tūrisma ietekmi uz sabiedrību un kultūru, respondentiem bija jānovērtē pieci pozitīvie ietekmes veidi un astoņi negatīvie ietekmes veidi (faktori). Arī šajā ietekmes faktoru grupā kopējais vidējais aritmētiskais rādītājs pozitīviem ietekmes veidiem ($\bar{x}$= 7,01) bija augstāks nekā negatīvajiem ($\bar{x}$= 6,30). Iedzīvotāji, vērtējot pēc ietekmes veidu nozīmīguma, tūrisma ietekmi uz kultūru un sabiedrību sarindojuši šādi: tūrisms veicina un dažādo kultūras dzīvi ($\bar{x}$= 7,72), veicina saskarsmi

starp dažādu kultūru pārstāvjiem ($\bar{x}$= 7,26), veicina iedzīvotāju lepnumu par savu pilsētu ($\bar{x}$= 7,05). Viszemāk ir novērtēti tādi tūrisma ietekmes veidi kā tūrisma ietekme uz kultūras aizsardzības veicināšanu ($\bar{x}$= 6,30) un vietējās kultūras vērtību apzināšanu ($\bar{x}$= 6,92).

Tūrisma pozitīvās ietekmes vērtējumā statistiski nozīmīgas atšķirības netika novērotas starp tūrisma attīstību atbalstošo un neatbalstošo grupu. Savukārt tie iedzīvotāji, kas ir saistīti ar tūrisma attīstību, augstāk ($\bar{x}$= 7,86) vērtē tūrisma ietekmi uz kultūras pasākumu dažādošanu un veicināšanu Rīgā nekā tie, kas tūrismā nav iesaistīti ($\bar{x}$= 7,46) (t-testa p-vērtība = 0,029).

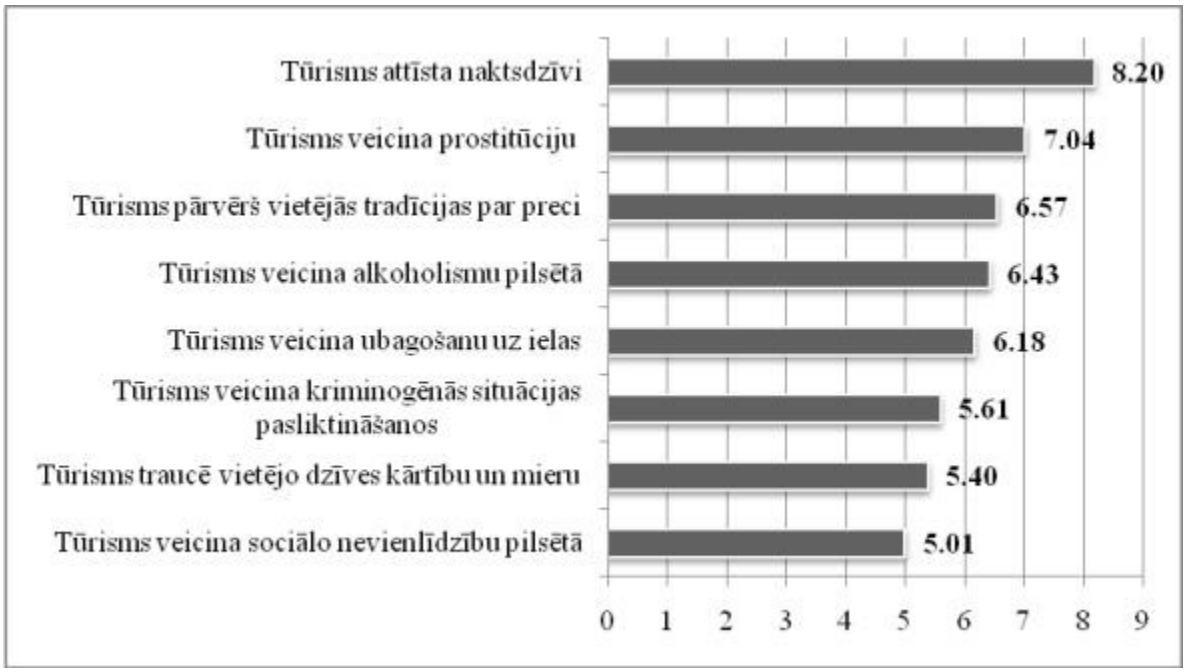
Statistiski nozīmīgākās atšķirības pozitīvās ietekmes četru faktoru (no pieciem) vērtējumā tika novērotas starp tiem iedzīvotājiem, kas dzīvo centrā, un tiem, kas dzīvo ārpus centra. Centrā dzīvojošie augstāk vērtē tūrisma ietekmi uz saskarsmes veicināšanu starp dažādām kultūrām ($\bar{x}$= 7,53; t-testa p-vērtība = 0,006), kultūras pasākumu dažādošanu un veicināšanu ($\bar{x}$= 8,01; t-testa p-vērtība = 0,000), iedzīvotāju lepnuma veicināšanu ($\bar{x}$= 7,33; t-testa p-vērtība = 0,027). Savukārt ārpus centra dzīvojošie, salīdzinot ar centrā dzīvojošiem, augstāk vērtē tūrisma ietekmi uz kultūras aizsardzību ($\bar{x}$= 6,40; t-testa p-vērtība = 0,000).

Tūrisma negatīvā ietekme uz kultūru un sabiedrību Rīgā iedzīvotāju vērtējumā izteiktāki izpaužas tādos veidos kā pilsētas nakts dzīves ($\bar{x}$= 8,20), prostitūcijas ($\bar{x}$= 7,04) un alkoholisma ($\bar{x}$= 6,43) attīstībā un vietējo tradīciju pārvēršanā par preci ($\bar{x}$= 6,57) (skat. 6.attēlu). Respondenti vidēji zemāk ir vērtējuši tūrisma ietekmi uz sociālās nevienlīdzības veicināšanu pilsētā ($\bar{x}$= 5,01) un vietējās kārtības un miera traucēšanu ($\bar{x}$= 5,40).

Analizējot tūrisma negatīvās ietekmes faktorus uz Rīgas kultūru un sabiedrību, statistiski nozīmīgas atšķirības atsevišķu faktoru vērtējumos parādās visās analizējamās grupās. Tie iedzīvotāji, kas saistīti ar tūrismu, augstāku ietekmes novērtējumu devuši tādiem ietekmes veidiem kā "tūrisms pārvērš vietējās tradīcijas par preci" ($\bar{x}$= 7,05; t-testa p-vērtība = 0,015) un "tūrisms traucē vietējās dzīves kārtību un mieru" ($\bar{x}$= 5,88; t-testa p-vērtība = 0,024).

Tūrisma ietekme uz alkoholisma veicināšanu pilsētā statistiski nozīmīgi augstāk vērtē tā iedzīvotāju grupa, kas neatbalsta tūrisma attīstību pilsētā ($\bar{x}$= 8,36; t-testa p-vērtība = 0,016). Jāatzīmē, ka vidējā aritmētiskā vērtība šī faktora vērtējumam šajā grupā ir salīdzinoši augsta, bet pārējo negatīvo faktoru vērtējums statistiski nozīmīgi neatšķiras no tūrisma attīstību atbalstošo iedzīvotāju grupas vērtējuma.

Salīdzinot atšķirības par tūrisma negatīvās ietekmes izpausmēm uz kultūru un sabiedrību, vērtējumos starp pilsētas centrā un ārpus tā dzīvojošo respondentu grupā, statistiski nozīmīgas atšķirības novērojamas šādu faktoru vērtējumos: alkoholisma veicināšana (t-testa p-vērtība = 0,000), prostitūcijas veicināšana (t-testa p-vērtība = 0,000), ubagošanas veicināšana (t-testa p-vērtība = 0,004) un kriminogēnās situācijas pasliktināšanās (t-testa p-vērtība = 0,001). Iepriekšminēto četru faktoru ietekmi ārpus centra dzīvojošie respondenti novērtēja augstāk nekā centrā dzīvojošie.



6.attēls. Tūrisma negatīvā ietekme uz Rīgas kultūru un sabiedrību (Rīgas iedzīvotāju vērtējums)

Apkopojot tūrisma ietekmes pozitīvo un negatīvo faktoru ietekmi, jāatzīmē, ka kopumā respondenti visaugstāk vērtējuši tieši pozitīvo faktoru ietekmi, priekšgalā izvirzot tūrisma ietekmi uz pilsētas saimniecību, kam seko ietekme uz kultūru un sabiedrību, un pilsētvidi, un infrastruktūru (skat. 1.tabulu).

1.tabula

Rīgas iedzīvotāju vērtējums tūrisma pozitīvās un negatīvās ietekmes faktoru grupām

Tūrisma ietekmes faktoru grupa	Pozitīvās ietekmes vērtējums (vidējais aritmētiskais)	Negatīvās ietekmes vērtējums (vidējais aritmētiskais)
Ekonomiskie faktori	7,19	6,40
Pilsētvides un infrastruktūras faktori	6,70	5,32
Kultūras un sabiedrības faktori	7,01	6,30

Tūrisma pozitīvās ietekmes visaugstāk novērtētais faktors ir tieši no ekonomisko faktoru grupas, t.i., tūrisma ietekme uz kafejnīcu, restorānu un veikalu pakalpojumu daudzveidību ($\bar{x}$= 8,06). Otrs augstāk vērtētais pozitīvās ietekmes faktors ir Rīgas kultūras pasākumu dažādošana ($\bar{x}$= 7,52). Kā trešais nozīmīgākais tūrisma pozitīvās ietekmes faktors ir tā ietekme uz kultūras, vēstures objektu restaurāciju

($\bar{x}$= 7,48) un atpūtas vietu, labiekārtotu parku veidošanu ($\bar{x}$= 7,48) (pilsētvides un infrastruktūras faktors).

Tūrisma negatīvās ietekmes vērtējuma faktoriem vidēji vērtējumi ir zemāki kā pozitīvās ietekmes faktoriem. Analizējot negatīvās ietekmes faktoru vērtējumu pa faktoru grupām, līdzīgi kā pozitīvo faktoru grupā, ekonomisko faktoru ietekme ir vērtēta visaugstāk ($\bar{x}$= 6,40) (skat. 1.tabulu). Kā galvenais negatīvās ietekmes faktors ir novērtēta ietekme uz naktsdzīves attīstību ($\bar{x}$= 8,20), kas ir arī visaugstākais vērtējums starp visiem (arī pozitīvajiem) faktoriem, un norāda, ka iedzīvotāji šo uztver kā galveno tūrisma ietekmes negatīvo faktoru. Tūrisma ietekme uz preču un pakalpojumu cenu pieaugumu ir novērtēta kā otra svarīgākā negatīvā izpausme ($\bar{x}$= 7,18). Tāds tūrisma negatīvās ietekmes veids kā prostitūcijas veicināšana rīdzinieku skatījumā ir vērtēts kā trešais nozīmīgākais negatīvais veids ($\bar{x}$= 7,04).

Secinājumi un diskusija

Kopumā Rīgas iedzīvotāju attieksme pret tūrismu ir pozitīva, jo 85% aptaujāto iedzīvotāju atzīmēja, ka atbalsta tūrisma attīstību pilsētā, bet tikai nepilni 2% norādīja, ka tūrisma attīstību neatbalsta. Šādi iedzīvotāju pozitīvās attieksmes rādītāji sakrīt ar Andriotis un Vaughema (2003) 80 pētījumu rezultātu apkopojumu, kas vairākumā gadījumu ir pierādījuši, ka iedzīvotājiem (no 100% līdz 55%) ir pozitīva attieksme pret tūrismu.

Rīgas iedzīvotāju vērtējuma rezultāti par tūrisma ietekmi uz pilsētas ekonomisko, kultūras un sociālo vidi sakrīt ar Harila (2004) secinājumu, ka līdzšinējos pētījumos iedzīvotāji kopumā demonstrē izpratni par tūrisma ekonomisko nozīmīgumu. Arī Rīgas iedzīvotāji ekonomisko faktoru (gan pozitīvo, gan negatīvo) ietekmi novērtēja vidēji augstāk nekā pilsētvides, infrastruktūras un kultūras, sabiedrības ietekmes faktorus.

Iedzīvotāju skatījumā galvenie pozitīvie faktori uz pilsētas ekonomisko vidi ir tūrisma pakalpojumu daudzveidības veicināšana, jaunu darba vietu radīšana un nodarbinātības veicināšana, iedzīvotāju labklājības palielināšana un investīciju piesaiste, savukārt negatīvā ekonomiskā ietekme ir saistīta ar pakalpojumu cenu celšanos un dzīves dārdzības palielināšanos.

Rīgas pilsētvidi un infrastruktūru iedzīvotāju skatījumā tūrisms pozitīvi ietekmē, jo tiek veicināta kultūras objektu restaurācija, tiek veidotas jaunas un labiekārtotas esošās atpūtas vietas, un kopumā tiek uzlabota pilsētvide, bet negatīvā ietekme izpaužas atkritumu daudzuma pieaugumā un vides piesārņojuma veidā. Jāatzīmē, ka negatīvo faktoru ietekmes vērtējums šajā grupā ir salīdzinoši zems.

Tūrisma pozitīvā ietekme uz Rīgas kultūru un sabiedrību ir kultūras pasākumu dažādošana un veicināšana, saskarsmes veicināšana starp dažādu kultūru pārstāvjiem un vietējo iedzīvotāju lepnuma veidošana par savu pilsētu. Savukārt kultūras vidi un sabiedrību tūrisms negatīvi ietekmē, jo attīstās nakts dzīve ar negatīvajiem blakus efektiem, tiek veicināta prostitūcija, un vietējās tradīcijas tiek pārvērstas par preci, ko vietējie iedzīvotāji vērtē kā negatīvu tendenci. Jāatzīmē, ka naktsdzīves attīstība Rīgas iedzīvotāju skatījumā ir ietekmes faktors, kas saņēma augstāko ietekmes vērtējumu starp visiem faktoriem.

Atšķirības tūrisma ietekmes faktoru vērtējumos tika novērotas starp tiem iedzīvotājiem, kas dzīvoja centrā, un tiem, kas dzīvoja ārpus centra. Visās faktoru grupās atsevišķu faktoru vērtējumos bija novērojamas atšķirības, taču vērtējumiem nebija novērojama kopēja tendence. Lai izprastu ietekmes vērtējumu atšķirības atkarībā no dzīves vietas, divu grupu iedzīvotāju iedalījumu varētu paplašināt, ārpus centra dzīvojošo grupu iedzīvotājus dalot grupās pa pilsētas apkaimēm.

Retāk atšķirības faktoru vērtējumos tika novērotas starp grupām atkarībā no iesaistes tūrismā, taču iezīmējās tendence, ka tie, kas ir iesaistīti tūrismā, augstāk vērtē tūrisma ekonomiskās ietekmes pozitīvos faktorus. Tikai četru ietekmes faktoru vērtējumu atšķirības tika novērotas starp tiem iedzīvotājiem, kas tūrismu atbalsta un kas tūrismu neatbalsta.

Salīdzinot iegūtos rezultātus ar Upčerča un Teivanes veiktā iedzīvotāju uztveres pētījuma rezultātiem Rīgā (*Upchurch, Teivane*, 2000), ir jāatzīst, ka pēdējo desmit gadu laikā tūrisma nozarē ir notikušas būtiskas izmaiņas. Pirmkārt, ir paplašinājusies tūrisma teorētiskā bāze un atziņas, tāpēc autoru izstrādātā anketa tūrisma uztveres un ietekmes pētījumiem iekļauj daudz vairāk ietekmes veidu un faktoru. Tāpēc bez ekonomiskās, sociālās un vides ietekmes ir analizēta arī tūrisma ietekme uz pilsētas infrastruktūru un kultūru.

Neskatoties uz to, ka Rīgā ir bijusi strauja tūrisma uzņēmumu un tūristu skaita palielināšanās, tā nav ietekmējusi vietējo iedzīvotāju pozitīvo attieksmi pret tūrismu. Augsto pozitīvo attieksmi var izskaidrot gan ar tūrisma plānotu un koordinētu attīstību pilsētā, gan arī ar tūrisma attīstītāju sabiedriskajām aktivitātēm, cīnoties par valsts atbalstu nozares veicināšanai (piemēram, samazinātu pievienotās vērtības nodokli).

Abos pētījumos salīdzināmo ietekmes veidu vērtējumos ir saskatāmas dažas atšķirības. Autoru veiktajā (jaunākajā) pētījumā augstāk ir vērtēta tūrisma pozitīvā ekonomiskā ietekme, bet 2000.gada pētījumā – sociālā ietekme. Ekonomiskās ietekmes vērtējumā pirmajā pētījumā, kā nozīmīgākie pozitīvie faktori, bija atzīmēti nodarbinātības veicināšana, dzīves līmeņa paaugstināšana un vietējo ienākumu palielināšanā. Otrajā pētījumā, kā galvenie pozitīvās ietekmes faktori, ir izcelti kafejnīcu, restorānu un veikalu daudzveidības palielināšanās, un tikai pēc tam atzīmēti tādi faktori kā nodarbinātības veicināšana un jaunu darba vietu radīšana, un pilsētas un iedzīvotāju ienākumu palielināšanās.

Tūrisma negatīvās sociālās ietekmes vērtējumā iedzīvotāji ir mainījuši savu attieksmi, un iepriekš minētā negatīvākā izpausme alkoholisma veicināšana tagad ir ierindota 4. vietā, daudz negatīvāk vērtējot tādu ietekmi kā naktsdzīves attīstību, prostitūciju un vietējo tradīciju pārvēršanu par preci.

Līdzīgi kā iepriekšējā pētījumā ir novērtēta arī tūrisma negatīvā ietekmi uz vidi, uzsverot, ka tā rezultātā pieaug atkritumu daudzums un tiek veicināts vides piesārņojums.

Līdz ar to šis pētījums ir īstenojis Upčerča un Teivanes ieteikumus veikt padziļinātus un atkārtotus (monitoringa) pētījumus par Rīgas iedzīvotāju attieksmi pret tūrismu un tās izmaiņām. Pētījums ir arī pierādījis, ka rīdzinieki ir pietiekami izglītoti par tūrisma pozitīvās un negatīvās ietekmes sekām, tāpēc arī ir pietiekami kritiski negatīvās ietekmes novērtējumā.

Nākotnē šis pētījums būtu izmantojams kā pamats vietējo iedzīvotāju attieksmes plātījumu monitoringam, kas būtu veicams pēc sešiem līdz desmit gadiem, sasaistot ar pirmo pētījumu 1998.gadā.

Izmantotās literatūras saraksts

Andriotis, K., Vaughan, R.D. (2003). Urban Resident's Attitudes toward Tourism Development: The Case of Crete. *Journal of Travel Research*, Vol.42, November 2003, pp. 172.–185.

Ashworth, G., Page, S.J. (2010). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32, pp. 1.–15.

Bramwell, B. (1998). User satisfaction and product development in urban tourism. *Tourism Management*, 19, No.1, pp. 35–47.

CSP (2012). LR Centrālās statistikas pārvaldes datu bāze. [tiešsaiste] [Skatīts: 05.02. 2012] http://data.csb.gov.lv/DATABASE/transp/Ikgadējie%20statistikas%20dati/Tūrisms/Tūrisms.asp

Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., Carter, J. (2006). Structural modelling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28, pp. 409.–422.

Edwards, D., Griffin, T., Hayllar, B. (2008). Urban Tourism Research. Developing an Agenda. *Annals of Tourism Reserch*, Vol.35, No.4. pp. 1032.–1052.

Glenn, F.R. (1992). Resident Perceptions of the Impact of Tourism on an Australian City. *Journal of Travel Research*, 30, pp. 13.–17.

Harrill, R/ (2004). Residents' Attitudes toward Tourism Development: a Literature Review with Implications for Tourism Planning. Journal of Planning Literature, Vol.18, No.3, pp. 251–266.

Haywood, K.M. (1997). Creating value for visitors to urban destinations. *Quality management in Urban Tourism*, Murphy P.E. (ed). Willey, Chishester, pp. 169.–182.

Oviedo–Garcia, M.A., Castellanos–Verdugo, M., Martin–Ruiz, D. (2008). Gaining Residents' Support for Tourism and Planning. *International Journal of Tourism Research*, Vol.10, pp. 95.–1009.

Pilsonības un Migrācijas Lietu Pārvalde. (2012). Latvijas iedzīvotāju skaits pašvaldībās 01.01.2012. [Tiešsaiste] [skatīts 05.02.2012]

http://www.google.lv/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDIQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.pmlp.gov.lv%2Flv%2Fstatistika%2Fdokuments%2F2013%2FISPV_Pasvaldibas_iedzivotaju_skaits.pdf&ei=2bmIUcrjDYfK4ASCnoDADg&usg=AFQjCNEvjo2Gw28Sj0o8Qr2g_qEjY0ZH4w&bvm=bv.45960087,d.bGE

Pizam, A., Uriely, N., Reichel, A. The intensity of tourist-host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: the case of working tourists in Israel. *Tourism Management*, 21, pp. 395.–406.

Rīgas dome. (2005). Rīgas ilgtermiņa attīstības stratēģija līdz 2025. gadam.

Rozīte, M. (1999). Tūrisma attīstība Latvijā. *Latvijas arhīvi*. R.: Latvijas Valsts arhīvu ģenerāldirekcija, Latvijas Valsts vēstures arhīvs, 96.–110. lpp.

Rozite, M., Klepers, A. (2012). Out of the Soviet Union: The Re-emergence of Rīga as a Tourist Capital. Current Issues in Tourism. *Current Issues in Tourism*. Vol.15, Issue, pp. 1.–2., 61.–73.

Rozite, M., Van der Steina, A. (2012). Assessment of City Tourism services and Infrastructure in Riga: City Guest's Assessment, in proceeding of the *XIII International Scientific Conference* of the School of Business Administration Turība "Sustainable Business under Changing Economic Conditions*"*, pp. 138.–145., 2012 (EBSCO: Business Source Complete)

Understanding the Tourism Host-Guest Encounter in New Zealand: Foundations for Adaptive Planning and Management. Simmons D.G, Fairweather J.R. (eds). Christchurch: EOS Ecology.

Upchurch, R.S., Teivane, U. (2000). Resident perceptions of tourism development in Riga, Latvia. *Tourism Management*, pp. 21, 499.–507.

Wang, S., Bickle, M., Harrill, R. (2010). Residents' attitudes toward tourism development in Shandong, China. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, Vol.4, No.4, pp. 327.–338.