

Rozdział I: Monitorowanie finansów kampanii wyborczej – omówienie

Wprowadzenie

W tym rozdziale zdefiniowano kluczowe pojęcia odnoszące się do korupcji w finansowaniu kampanii wyborczych i wprowadzono rozróżnienie trzech typów korupcji, zazwyczaj kojarzonych z wyborami: darowizny *quid pro quo*, niewłaściwe wykorzystanie środków administracyjnych na cele kampanii, oraz bezpośrednie korumpowanie wyborców i urzędników komisji wyborczych, czyli kupowanie głosów. Przeanalizowano cele monitoringu i czynniki wpływające na wybór podmiotu monitoringu w oparciu o kontekst lokalny. Rozdział kończy się podsumowaniem metody monitoringu proponowanej przez Justice Initiative.

Definiowanie finansów kampanii wyborczej i korupcji

Czym są finanse kampanii wyborczej?

Niniejszy podręcznik definiuje **finanse kampanii wyborczej** jako środki pozyskane i wydane przez kandydatów i partie polityczne w kampaniach wyborczych. Przedstawiona tu metoda stanowi rozwinięcie wcześniejszych dyskusji na temat finansowania kampanii wyborczych. Upřednio często skupiano się jedynie na dochodach – sposobach, jakimi kandydaci i partie polityczne pozyskują środki – w celu ustalenia powiązań korupcyjnych między wpłatami donatorów a przychylnością polityków. W podręczniku uznano, że finanse kampanii to także *wydatki* – sposoby, w jakie kandydaci i partie wydają swoje środki – a korupcja występuje również w tego typu transakcjach. Ponadto po raz pierwszy systematycznie omówiono znaczącą dziedzinę środków na kampanie wyborcze, a mianowicie wykorzystywanie lub nadużywanie środków publicznych w kampaniach wyborczych przez partie rządzące. Niniejszy podręcznik oferuje zatem wskazówki na temat monitoringu trzech aspektów finansowania kampanii wyborczych: dochodów, wydatków oraz sprzeniewierzenia środków administracyjnych.

Finanse kampanii wyborczych a finanse „zwyczajne”

Można by oczekiwać, że podręcznik na temat monitorowania finansów wyborczych będzie ignorować „zwyczajne” dochody i wydatki partyjne. Kampanie wyborcze to ostatecznie wydarzenia jednostkowe, podlegające innym presjom finansowym i cykлом niż codzienne koszty prowadzenia działalności partyjnej. Jednak wiele „zwyczajnych” działań – na przykład ankiety i badania rynkowe – można równie łatwo zakwalifikować jako działania „kampanijne”. Podejmowane przez ustawodawców próby rozwiązania tego problemu przez wyznaczenie pewnych okresów przed wyborami jako „oficjalnych” okresów przedwyborczych nieuniknienie skłaniają partie i kandydatów do wydawania jak największych sum *przed* początkiem tego okresu. Świadomość tej dwuznaczności sprawiła, że w podręczniku z ostrożnością potraktowano rozróżnienie na finanse „kampanijne” i „zwyczajne”. Przedstawione tu metody monitorowania można używać do obu kategorii pod warunkiem zastosowania podobnych kategorii wydatków.

Na czym polega korupcja w finansowaniu kampanii wyborczych?

Korupcja w finansowaniu kampanii wyborczych przyjmuje trzy formy:

1. Darowizny *quid pro quo*; w tym wypadku partie lub kandydaci otrzymują środki na kampanię w zamian za przychylnie traktowanie;
2. Sprzeniewierzenie środków państwowych i administracji publicznej na cele wyborcze przez kandydatów lub partie;
3. Przekupywanie wyborców i urzędników komisji wyborczych.

Wszystkie trzy formy bezpośrednio lub pośrednio szkodzą interesowi publicznemu, ponieważ albo niedemokratycznie wpływają na wynik wyborów, albo prowadzą do decyzji politycznych, które przede wszystkim zaspokajają interesy sektorowe lub prywatne.

Darowizny *quid pro quo*

Najbardziej powszechnie uznawana forma korupcji w finansowaniu kampanii wyborczej polega na zapewnieniu partiom lub kandydatom środków finansowych lub innych ze źródeł prywatnych w zamian za przychylność ze strony wybranych przedstawicieli. Ten typ korupcji często prowadzi do skandali finansowych, takich jak te, które w minionych latach wstrząsnęły wieloma krajami. Bank Światowy wprowadził termin „zawłaszczanie państwa” (*state capture*) na określenie wpływu interesów prywatnych na prawodawstwo i politykę, po raz pierwszy dostrzeżonego w państwach postkomunistycznych w okresie transformacji ustrojowej.

Interes prywatny oczywiście stara się wykorzystać finansowanie kampanii wyborczej do wpływania na decyzje polityczne, jednak ustalenie bezpośrednich powiązań między finansowaniem a przychylnością polityków zapewne okaże się trudne. Rozwiązania polityczne, przynoszące korzyść osobom dotującym partie, mogą być wprowadzane z różnych powodów. Cele donatorów i polityków bywają zbieżne. Sprawa wyglądająca na sytuację *quid pro quo* może okazać się rozwiązaniem politycznym leżącym w interesie publicznym i tylko przypadkowo przynoszącym korzyść darczyńcy. Na przykład w krajach postkomunistycznych

inwestorzy często wspierają partie proreformatorskie, ponieważ oczywiście odnoszą korzyści z liberalnej polityki gospodarczej, ale na równi z innymi częściami społeczeństwa. Rolą monitoringu jest zatem identyfikacja obszarów potencjalnej korupcji oraz sposobów jej zwalczania, na przykład na drodze rozporządzeń dotyczących przejrzystości czy jawności.

Co to jest korupcja quid pro quo?

Według Marka Philpa, autorytetu w dziedzinie korupcji politycznej, do zaistnienia korupcji quid pro quo potrzebne są cztery główne elementy:

1. Funkcjonariusz publiczny (A), który działając dla osobistego zysku
2. pogwałca normy urzędu publicznego i
3. szkodzi interesom społeczeństwa (B)
4. by przynieść korzyści stronie trzeciej (C), która nagradza A za dostęp do dóbr lub usług, których C by inaczej nie uzyskała.

Źródło: M. Philp, „Conceptualizing Political Corruption”, w: A.J. Heidenheimer i M. Johnstone (red.), Political Corruption: Concepts and Contexts, wyd. 3, Transaction Publishers, New Brunswick & London, 2002, s. 42

Sprzeniewierzenie środków administracyjnych

Sprzeniewierzenie środków administracyjnych odnosi się do wykorzystywania państwowych (lub publicznych) zasobów finansowych, infrastrukturalnych i ludzkich do celów kampanii wyborczej. Typowym przykładem jest wykorzystywanie urzędników państwowych do organizowania imprez kampanijnych, jak to się zdarzyło w Rosji, wydawanie przez partię rządzącą potajemnie przydzielonych funduszy publicznych, jak w Zimbabwe, czy też wykorzystywanie przedsiębiorstw państwowych jako źródła dofinansowania sprawującej władzę partii, jak w Polsce.

Ta forma korupcji jest mniej powszechnie znana niż dotacje quid pro quo, ale w równej mierze zasługuje na uwagę jako główny czynnik w kampaniach wyborczych w niektórych krajach i zagrożenie dla demokracji. Rządzące partie i politycy nie tylko mogą wykorzystywać swą ogromną przewagę nad kandydatami (czasem obejmującą nawet polityczną przemoc, na przykład nieuzasadnione zatrzymania członków komitetów wyborczych rywali), ale

sprzeniewierzenie środków administracyjnych może wręcz przyczynić się do wprowadzenia i zachowania stałego monopolu władzy.

Przekupywanie wyborców i urzędników komisji wyborczych

Trzecią kategorią korupcji, związaną z finansowaniem kampanii wyborczych, jest kupowanie głosów, czyli zapewnianie pieniędzy lub innych korzyści wyborcom w zamian za poparcie dla konkretnej partii lub kandydata, albo urzędnikom komisji wyborczych w zamian za manipulowanie wynikami głosowania. Ten drugi przypadek trudno jest monitorować, ponieważ obie strony zazwyczaj bardzo się starają go ukryć. Niniejszy podręcznik oferuje pewne sugestie, jak monitorować kupowanie głosów – potencjalnie sporą kategorię wydatków kampanii. Nie zajmuje się natomiast przekupywaniem urzędników komisji wyborczych, ponieważ sprawa ta wykracza poza możliwości monitorowania, jakimi dysponuje większość organizacji pozarządowych - poza tym lepiej zostawić ją organom ścigania.

Monitorowanie celów

Monitoring oznacza systematyczną i obiektywną obserwację i dokumentację konkretnego procesu, prowadzoną przez określony czas. Jest to narzędzie przede wszystkim diagnostyczne, które pozwala stwierdzić, jak systemy działają *w praktyce*, a nie jak *powinny* funkcjonować w ramach danych przepisów. W minionych dwudziestu latach monitoring wykorzystywali przede wszystkim działacze na rzecz praw człowieka i środowiska, by wychwytywać naruszenie międzynarodowych standardów i prawa krajowego. Działacze antykorupcyjni również coraz częściej uznają, że jest to narzędzie przydatne w ich pracy, co znajdzie potwierdzenie w niniejszym podręczniku.

W kontekście finansowania kampanii wyborczych, **naczelnym celem** monitoringu jest przyczynienie się do stworzenia środowiska, w którym korupcja jest mniej powszechna lub mniej prawdopodobna, dzięki popieraniu

odpowiednich reform prawa i zmian w praktyce. Dla osób monitorujących można to podzielić na trzy obszerne cele:

1. Wskazanie wad w przepisach dotyczących finansowania kampanii i monitorowanie przestrzegania istniejących ram prawnych;
2. Poszukiwanie dowodów korupcji;
3. Promowanie przejrzystości.

Najlepiej by było, gdyby monitoring postawił sobie wszystkie te trzy cele. Jeśli to nie jest możliwe, warto ustalić priorytety, by skupić się na jednym czy dwóch możliwych do osiągnięcia celach. W dalszej części zajmiemy się celami ogólnymi w bardziej szczegółowy sposób.

Określanie celów

Trzeba niezwykle dobitnie podkreślić znaczenie określenia wyraźnych celów w planowanym monitoringu i zaplanowania odpowiedniej strategii monitoringu w celu realizacji tych celów. Jeśli NGO ma trudności w wyjaśnieniu, jakie są cele planowanego monitoringu i w jaki sposób strategia monitoringu ma się przyczynić do realizacji tych celów, to przed przejściem do etapu wdrożenia projektu należy przejrzeć cele projektu i/lub strategię.

Ocena podstawowych przepisów i ich egzekwowanie

W wielu, jeśli nie wszystkich demokracjach istnieją jakieś formy finansowania partii i regulamin kampanii wyborczych. Monitoring pozwala organizacji pozarządowej ocenić, jak dobrze funkcjonują istniejące ramy prawne i instytucjonalne finansowania kampanii, a także poprzeć odpowiednie reformy. W praktyce wszelkie działanie monitorujące wymaga między innymi oceny istniejących reguł, nawet jeśli nie jest to jego cel bezpośredni. W państwach przechodzących od reżymów autorytarnych czy innych ustrojów niedemokratycznych do demokracji, ocena działającego systemu finansowania kampanii wyborczych jest szczególnie istotna, pozwala bowiem stworzyć podstawy reform.

Ocena ram prawnych nie będzie jednak kompletna bez oceny przestrzegania i egzekwowania istniejących przepisów. Może się okazać, że w praktyce pozornie

sensowne przepisy prawne źle działają, nie są właściwie przestrzegane lub egzekwowane. Ważne, by dotrzeć do źródła problemu i określić, czy istniejące przepisy są:

- zbyt niejasne, by można je było skutecznie egzekwować;
- zbyt skomplikowane, by można je było skutecznie egzekwować;
- zbyt restrykcyjne, by je przestrzegać w praktyce;
- odpowiednie, ale nie egzekwowane skutecznie;
- odpowiednie, ale egzekwowane w sposób dyskryminujący.

Tam, gdzie ramy prawne i instytucjonalne mają wady, monitoring powinien to udowodnić. Tam, gdzie są mniej-więcej solidne, monitoring powinien ocenić, w jakim stopniu podstawowe przepisy są skutecznie realizowane w praktyce i zwrócić uwagę na wszelkie problemy związane z ich realizacją. W obu wypadkach wnioski powinny posłużyć wspieraniu skutecznych reform.

Reforma przepisów: jak daleko się posunąć?

Celem monitoringu we wszystkich czterech opracowaniach było doprowadzenie do reform w przepisach dotyczących finansowania kampanii wyborczych. Projekt rumuński był najbardziej ambitny i właściwie przedstawiał całościową propozycję nowego prawa o finansowaniu partii. Projekt łotewski miał znaczny wpływ na projekt poprawek do przyjętych w 2002 roku przepisów o finansowaniu partii, w szczególności dotyczących surowszego przestrzegania ujawniania dotacji i wydatków. Na Słowacji szeroko zakrojony monitoring przyniósł nowe cenne informacje o naturze kampanii i umożliwił światłą dyskusję na temat możliwych rozwiązań regulacyjnych.

Poszukiwanie dowodów korupcji

Korupcję lub możliwość korupcji można ujawnić przez:

- sprawdzanie dokumentów darowizn w poszukiwaniu fikcyjnych donatorów;
- poszukiwanie dowodów na wydatki poniesione przez osoby trzecie, czyli ukrytych datków niezarejestrowanych donatorów na rzecz kampanii partii lub kandydata;
- monitorowanie darowizn i protokołów dotyczących głosowania lub decyzji politycznych partii czy kandydatów w poszukiwaniu dowodów na

podejmowanie decyzji politycznych na korzyść interesów konkretnych donatorów;

- monitorowanie wykorzystania środków państwowych na cele kampanii wyborczej.

Promowanie przejrzystości w systemie finansowym kampanii

Im bardziej przejrzysty jest system finansowania polityki, tym mniej jest on podatny na korupcję. Promowanie przejrzystości jest zatem głównym celem wielu prowadzonych monitoringów. Monitoring może wskazać znaczące rozbieżności między monitorowanymi a deklarowanymi dochodami lub wydatkami; można to później wykorzystać do pobudzenia poparcia dla żądań większej przejrzystości, a także dla znacznie skuteczniejszego egzekwowania istniejących zasad.

Nieoczekiwane odkrycia w Rumunii

Czasami monitoring prowadzi do odkrycia niespodziewanych przypadków korupcji. Na przykład ważnym efektem próby monitoringu w Rumunii było skierowanie uwagi społeczeństwa na problem dotacji dokonywanych w zamian za miejsce na liście kandydatów partii. Sprawa wyszła na jaw dopiero wtedy, gdy pewien potencjalny kandydat z własnej woli ujawnił tę informację.

Ustalenie celów monitoringu

Po ustaleniu celów ogólnych, odpowiednich dla lokalnego kontekstu, przed rozpoczęciem monitoringu należy określić konkretne cele – co monitorować i dlaczego.

Dochody i wydatki

NGO zamierzające monitorować finanse kampanii wyborczej musi przede wszystkim rozstrzygnąć, czy skupić się na dochodach partii czy kandydata, czy na ich wydatkach ponoszonych z finansów przeznaczonych na kampanię.

Monitorowanie przychodów

Wymóg jawności stanowi podstawę monitorowania dochodów kampanii. Surowe przepisy dotyczące jawności, na przykład takie, jakie obowiązują w Stanach Zjednoczonych, ułatwiają szczegółowy monitoring, ale jakiś rodzaj monitoringu jest możliwy wszędzie tam, gdzie istnieją *jakiegokolwiek* wymogi ujawniania dotacji przez kandydatów lub partie.

Niniejszy materiał przedstawia dwa główne sposoby podejścia do monitorowania dochodów. Jednym jest kontrolowanie prawdziwości zadeklarowanych darowizn przez sprawdzanie dokumentów poszczególnych donatorów, by ustalić, w jakim stopniu partie i kandydaci postępują w sposób przejrzysty. Tam, gdzie partie i kandydaci muszą ujawniać tożsamość poszczególnych donatorów, organizacja monitorująca może sprawdzić, czy umieszczeni na liście donatorzy rzeczywiście złożyli dotację lub czy istnieje takie prawdopodobieństwo. Drugie podejście polega na monitorowaniu decyzji politycznych wybranych partii i kandydatów w poszukiwaniu dowodów na to, że przynoszą one korzyść donatorom. Jest to możliwe wyłącznie wtedy, jeśli nie tylko istnieje obowiązek ujawniania indywidualnych donatorów, ale ma się także dostęp do informacji na temat istotnych późniejszych decyzji, które mogły tym donatorom przynieść korzyść (np. baza danych przyznanych zamówień publicznych). Informacje na temat dochodów i donatorów, które nie są udostępniane społeczeństwu, można uzyskać dzięki takim narzędziom

badawczym jak wywiady, które uzupełniają główne metody stosowane w monitoringu.

Monitorowanie wydatków

Monitorowanie wydatków kampanii wyborczej może pomóc odkryć i ograniczyć korupcję na trzy sposoby. Po pierwsze – tam, gdzie partie i kandydaci muszą ujawniać całość dochodów, ale nie indywidualne darowizny, można monitorować główne kategorie wydatków kampanii, by ocenić rzetelność deklaracji partii o przychodach. Jeśli monitoring wykaże, że wydatki znacznie przekraczają deklarowany dochód, jest to jasna wskazówka, że partie ukrywają przychody lub nie rejestrują ich rzetelnie.

Po drugie, monitorowanie wydatków może prowadzić do odkrycia bezpośrednich dowodów korupcji lub określić praktyki wskazujące możliwość zaistnienia korupcji. Na przykład monitorowanie wydatków jest w stanie ujawnić, że część wydatków kampanii pokrywa osoba trzecia, wykorzystywana przez partie do omijania przepisów o limitach darowizn lub wydatków. Ten rodzaj wydatków nie są ewidencjonowany w partyjnych rejestrach finansowych, czyli praktycznie rzecz biorąc nie istnieje. Taka praktyka może – choć nie musi – naruszać istniejące przepisy, ale wartość otrzymanych usług powinna zostać zaksięgowana jako dotacja na kampanię, zgodnie z międzynarodową praktyką.

Po trzecie, monitorowanie wydatków może dostarczyć informacji przydatnej przy ustalaniu ram prawnych i tworzeniu równego dla wszystkich politycznego pola gry. Bywa, że brak ograniczeń w wydatkach doprowadza do gwałtownie rosnących kosztów kampanii, co z kolei zachęca partie i kandydatów do podjęcia korupcyjnego finansowania, by spełnić coraz to bardziej rosnące wymogi finansowe. Z drugiej strony nierealistycznie nisko ustawione limity wydatków będą skłaniały partie i kandydatów do całkowitego obchodzenia przepisów. Dlatego też ocena rzeczywistych wydatków może służyć jako rzetelna baza dla sensownych przepisów.

Dochody = wydatki

Ponieważ każdym wydatkom w kampanii wyborczej muszą odpowiadać dochody (wydane środki skądś przecież pochodzą), niektóre działania kampanii da się interpretować jako albo dochód, albo wydatek, i sprawdzać jako jedno lub drugie w zależności od strategii monitorowania w danym projekcie. Na przykład w Rumunii istniało podejrzenie, że w wyborach w 2000 roku firmy tytoniowe kupiły czas antenowy w telewizji, by przedstawiać ogłoszenia niektórych kandydatów. W tym wypadku nakłady na rzecz partii lub kandydata przez stronę trzecią, są i formą wydatków (reklama medialna), i źródłem dochodu kampanii (darowizna rzeczowa w postaci czasu antenowego), zatem można ich używać i w analizie, i w sprawozdaniu. Podobnie jest wtedy, gdy partie czy kandydaci wykorzystują na cele kampanii środki administracyjne – ponoszą koszty kampanii, co oznacza otrzymywanie przychodów z publicznych środków.

Metoda Justice Initiative

Niniejszy podręcznik nie opowiada się za metodą monitoringu typu „tylko dochody” ani „tylko wydatki”. Rozmyślnie unika określenia, które elementy finansowania kampanii NGO powinna monitorować, ponieważ w każdym kraju inne są istotne. Monitoring należy zatem opracować na podstawie istniejących dowodów, świadczących o tym, jak partie naprawdę gromadzą i wydają swoje środki, a nie opierając się na „gotowych” metodologiach. Do prowadzenia prób monitoringu w różnych krajach potrzebne są różne narzędzia.

Justice Initiative przedstawia **systemowe podejście** do monitorowania finansów kampanii, które pozwoli organizacjom pozarządowym ustalić, **co** powinny monitorować, opierając się na konkretnych warunkach w ich kraju, i **jak** należy prowadzić monitoring, biorąc pod uwagę dostępne środki i źródła informacji.

Poznanie środowiska

Warunki miejscowe odgrywają ważną rolę przy podejmowaniu decyzji o tym, co należy monitorować. To, co w jednym kontekście uważane jest za działanie korupcyjne, w innym może być całkowicie dopuszczalne. Na przykład, jednym ze sposobów wyeliminowania korupcyjnych działań prywatnych donatorów jest całkowity zakaz finansowania partii politycznych przez osoby prywatne. Taka właśnie jest sytuacja w Szwecji, gdzie partie polityczne są finansowane wyłącznie przez państwo. Jest to zapewne skuteczne, ale może być też postrzegane jako pogwałcenie podstawowych praw człowieka. Na przykład w Stanach Zjednoczonych prawo przekazania pieniędzy partiom lub kandydatom uważane jest za podstawowy aspekt uczestnictwa w życiu politycznym i swobody wypowiedzi. Ocena takich czynników przed podjęciem decyzji, co monitorować czy też jakie reformy zalecić, stanowi kluczowy element udanego projektu monitoringu.

1. Studium Rozpoznawcze

Pierwszym krokiem w dobrze zaplanowanym projekcie monitorowania kampanii wyborczej jest wstępne Studium Rozpoznawcze. Studium Rozpoznawcze zawiera krótkie badania mające na celu zebranie wszystkich dostępnych informacji na temat finansowania kampanii w kraju, który ma być monitorowany. Informacja ta służy następnie do określenia konkretnych celów

monitoringu. Cele te z kolei wyznaczają odpowiednią strategię monitoringu: określenie tego, co należy monitorować i dlaczego.

2. Metodologia monitoringu

Metodologia stanowi główny element projektu monitoringu. Określa ona:

- elementy finansowania kampanii, które mają być przedmiotem monitoringu;
- sposób monitorowania każdego elementu (np. przez obserwację bezpośrednią, wynajętą agencję, wykorzystując metody z opracowań czy też kombinację tych sposobów);
- dostępne źródła informacji.

Dalsze rozdziały zarysowują możliwe do zastosowania metodologie monitorowania trzech szerokich kategorii finansowania kampanii: dochodów, wydatków i sprzeniewierzenia środków administracyjnych.

3. Wdrażanie projektu

Po opracowaniu metodologii można wdrożyć próbę monitoringu. Przed wdrożeniem projektu należy jednak odpowiedzieć na kilka istotnych pytań:

- Jakie środki – w kategoriach personelu i finansowania – są potrzebne do wdrożenia projektu zgodnie z planem?
- Jakie stosunki nawiązano z zainteresowanymi stronami, takimi jak oficjalne organy egzekwowania prawa czy partie polityczne?
- Jakie są ramy czasowe monitoringu?
- Jak elastyczna jest metodologia, czyli czy można dostosować ją do nieprzewidzianych okoliczności?

4. Wykorzystanie rezultatów monitoringu

Monitorowanie finansowania kampanii wyborczej nie jest celem samym w sobie, ale sposobem na zgromadzenie danych, które następnie posłużą do osiągnięcia szerszych celów projektu. Różne sposoby wykorzystania rezultatów monitoringu

przedstawiono szczegółowo w dalszych Rozdziałach. Mówiąc pokrótce, rezultaty mogą służyć do:

- Zwiększenia publicznej świadomości niektórych kwestii;
- Podjęcia kroków prawnych, jeśli monitoring przyniesie bezpośrednie dowody korupcji lub innych naruszeń prawa;
- Wsparcia rzecznictwa i lobbingu na rzecz reform;
- Jako wkład w następne przedsięwzięcia monitorujące.

5. Ocena efektów

Ocena projektu monitoringu po jego zakończeniu nie tylko pokaże, czy zrealizowano założone cele, ale może również przynieść inne rezultaty, niekoniecznie zamierzone czy planowane na początku. Na końcu przedstawimy, jak NGO może ocenić efekty monitoringu, opierając się na trzech podstawowych kryteriach:

- Korzyści dla lokalnej społeczności, takie jak udoskonalone wymogi jawności czy udoskonalone przepisy;
- Korzyści dla samej organizacji monitorującej, takie jak usprawnienie umiejętności prowadzenia monitoringu przez NGO (np. liczba wyszkolonych obserwatorów, zebrane dane, rozwinięte narzędzia monitoringu);
- Korzyści dla szerszego grona monitorującego, takie jak opracowanie nowych metodologii, które inne organizacje będą mogły zastosować gdzie indziej.

Przeprowadzenie projektu monitoringu przez wszystkie pięć nakreślonych powyżej etapów nie tylko zapewni pomyślne dokonanie próby, ale także pozwoli uzyskać maksimum informacji i korzyści z tego doświadczenia.

Etapy projektu monitorowania finansowania kampanii

Cel nadrzędny

Przyczynić się do powstania środowiska mniej podatnego na korupcję w finansowaniu kampanii wyborczych przez:

- Ocenę ram prawnych i praktyki,
- Wskazanie przypadków korupcji lub praktyk podatnych na korupcję, oraz
- Popieranie większej przejrzystości



1. Studium Rozpoznawcze
Zebranie istniejącej wiedzy o finansowaniu kampanii / Określenie konkretnych celów: co monitorować i dlaczego



2. Metodologia monitorowania
Metodologia: jak monitorować / Źródła informacji do monitorowania



3. Wdrożenie projektu
Logistyka (środki, personel, ramy czasowe) / Stosunki z innymi zainteresowanymi stronami



4. Wykorzystanie rezultatów monitoringu
Rozpowszechnienie danych i rezultatów monitoringu / Rzecznictwo i propozycje reform / Wkład do dalszego monitoringu



5. Ocena efektów
Poprawa przepisów lub praktyki finansowania kampanii / sukces organizacji monitorującej / korzyść dla szerszej społeczności i innych zainteresowanych stron