

Stowarzyszenie „Szansa”

Monitoring finansowania kampanii wyborczej kandydatów na prezydenta Oświęcimia

Raport wstępny

1. Wstęp

Monitoring finansowania samorządowej kampanii wyborczej prowadzony jest w Oświęcimiu przez **Stowarzyszenie „Szansa”** w ramach ogólnopolskiego projektu, koordynowanego przez Program Przeciw Korupcji Fundacji im. Stefana Batorego. Doświadczenia zebrane z przeprowadzonego przez Fundację monitoringu finansowania zeszłorocznej prezydenckiej kampanii wyborczej pokazały, że organizacje pozarządowe pełnią fundamentalną rolę, sprawując publiczną kontrolę nad procesem wyborczym. Mogą przyczynić się do większej przejrzystości i poszanowania obowiązujących przepisów, dotyczących finansowania kampanii samorządowej.

Celem monitoringu, jest sprawdzenie skuteczności przepisów ustawy o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta oraz wypracowanie rekomendacji, dotyczących lepszych rozwiązań legislacyjnych. Cele długoterminowe to:

- upowszechnienie praktyki obywatelskiego nadzoru nad instytucjami publicznymi i przestrzeganiem prawa;
- uświadomienie politykom i partiom politycznym, że podlegają ocenie przedstawicieli społeczeństwa obywatelskiego;
- upowszechnienie idei partnerstwa między organizacjami pozarządowymi, instytucjami publicznymi i innymi partnerami społecznymi w działaniach na rzecz jawności życia publicznego.

Stowarzyszenie „Szansa” jest jedną z kilkunastu niezaangażowanych politycznie organizacji, które w całym kraju podjęły się przeprowadzenia monitoringu w swoich miejscowościach. Trzyosobowy zespół został przeszkolony w zakresie prowadzenia akcji monitoringu oraz wyposażony w materiały, a następnie sam przeszkolił dodatkowo wolontariuszy, którzy podjęli się obserwowania kampanii wyborczej na terenie miasta. Przez cały okres trwania monitoringu korzystaliśmy ze wsparcia merytorycznego Fundacji, a wymiana informacji pomiędzy poszczególnymi organizacjami, uczestniczącymi w monitoringu, spowodowała uwrażliwienie na zjawiska występujące również w innych miastach i gminach naszego kraju.

W trakcie działań korzystaliśmy z dostępnych informacji prasowych i telewizyjnych, dokonywaliśmy bieżących obserwacji akcji wyborczych oraz odbyliśmy spotkania z przedstawicielami wszystkich sztabów wyborczych kandydatów na prezydenta miasta. W swoich działaniach staraliśmy się być rzetelni i obiektywni, co, jak mamy nadzieję, widoczne jest w przedstawionych poniżej informacjach.

2. Zauważone nieprawidłowości

Zasady prowadzenia i finansowania kampanii wyborczej regulują następujące przepisy:

- Ustawa z dnia 20 czerwca 2002r. o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta;
- Ustawa z dnia 16 lipca 1998r. ordynacja wyborcza do samorządów (Dz.U z 2006r. nr 159, poz.1127);
- Ustawa z dnia 27 czerwca 1997 r. o partiach politycznych, a w szczególności rozdział 4. "Finanse i finansowanie partii politycznych".

Monitoring miał pokazać, czy powyższe regulacje są łamane i w jaki sposób. W toku realizacji projektu stwierdzono, że istnieje prawdopodobieństwo, iż w toku samorządowej kampanii wyborczej w Oświęcimiu dopuszczono się następujących naruszeń:

- rozpoczęcie kampanii wyborczej przed oficjalnym zarejestrowaniem komitetu wyborczego;
- prowadzenie kampanii przez inne podmioty niż komitet wyborczy;
- wspieranie kampanii wyborczej ze środków publicznych;
- brak oznaczenia materiałów wyborczych.

Zagadnienie ew. przekroczenia limitu wydatków wyborczych będzie przedmiotem dalszych analiz.

2.1 Omówienie zauważonych nieprawidłowości

Pozyskiwanie i wydatkowanie środków finansowych jest dozwolone od dnia wydania przez Państwową Komisję Wyborczą postanowienia o zarejestrowaniu komitetu wyborczego. W związku z obowiązkiem gromadzenia środków finansowych komitetu na rachunku bankowym, pozyskiwanie środków finansowych w praktyce jest możliwe dopiero od dnia otwarcia rachunku bankowego przez komitet.

Finansowanie kampanii wyborczej po zarejestrowaniu komitetu jest warunkiem koniecznym, aby wpływy i wydatki były ewidencjonowane oraz wykazywane w sprawozdaniach przedkładanych Państwowej Komisji Wyborczej. Należy też pamiętać, że kampania wyborcza danego kandydata może być prowadzona na zasadzie wyłączności tylko przez komitet wyborczy, który go zgłosił.

Wprawdzie w opinii PKW akcje tzw. promocji partii lub stowarzyszeń nie zostały uznane za przedwczesne rozpoczęcie kampanii, jednak w odczuciu społecznym nasilone akcje promocyjne w okresie przedwyborczym stanowiły element kampanii wyborczej. Sytuacje takie miały miejsce w całym kraju, a w naszym mieście przykładami takimi były banery Chrześcijańskiego Ruchu Samorządowego, gazetki ChRS i Samorządnego Oświęcimia, a także plakaty PO i SLD z posłem oraz potencjalnym kandydatem na prezydenta miasta.

Rozpoczęciem kampanii ChRS było spotkanie członków i sympatyków stowarzyszenia z Jerzym Kropiwnickim, które odbyło się 14 września br., a rejestracja komitetu wyborczego nastąpiła dopiero 21 września 2006 r. (cyt. za www.kasztelania.pl: "zebrani dziennikarze i członkowie ChRS uzyskali potwierdzenie, że wczorajsze spotkanie jest początkiem całego cyklu przedwyborczych spotkań Grzegorza Gołdyni...")

Z kolei początkiem kampanii Samorządnego Oświęcimia był piknik, organizowany przez Stowarzyszenie „Samorządny Oświęcim”, a nie jego komitet wyborczy. (Plakat – zaproszenie zawierał tylko nazwę „Samorządny Oświęcim”, a umieszczone na nim oznakowanie było czymś pośrednim między logo stowarzyszenia i komitetu wyborczego.)

Kandydaci SO i ChRS z racji sprawowanych funkcji publicznych (prezydent i wicestarosta) i

uczestniczenia w różnych wydarzeniach, związanych z życiem miasta mieli okazję prezentować się w lokalnej telewizji i prasie, przy czym wyraźnie więcej takich możliwości miał urzędujący prezydent. Szczególnym przykładem może być nr 2 Informatora Miejskiego (nakład 17 tys. egz., 6 fotografii kandydata) który przedstawia osiągnięcia za okres kadencji prezydenta. Z kolei "materiał informacyjny dla mieszkańców miasta" w TV Oświęcim, wyemitowany m.in. 31 października 2006r. również sfinansowany ze środków miasta, poświęcony jest niemal w całości promocji kandydata.

Wszystkie komitety wyborcze mogły się zaprezentować w lokalnej telewizji w toku relacji „telediennika” z konferencji prasowych, przy czym konferencja Samorządnych Oświęcimian miała formę spotu wyborczego. Niezależnie od tego w telewizji ukazywały się rozmowy z posłami PO i SLD oraz wywiad z kandydatem ChRS, w czasie których bezpośrednio nie miała miejsca agitacja wyborcza, ale stanowiły one okazję do promowania kandydatów.

Szczególnym problemem były siedziby sztabów wyborczych. Komitety wyborcze często oprócz swojej siedziby (czyli adresu pod którym zarejestrowały się w PKW) korzystają również z innych lokali na potrzeby swoich sztabów. Wg opinii PKW taki lokal powinien być udostępniany za opłatą, nawet jeśli komitet korzysta w tym celu z pomieszczeń należących do partii bądź organizacji tworzącej ten komitet. Dotyczy to również lokali prywatnych.

Nasze spotkania z przedstawicielami sztabów wyborczych odbywały się w siedzibach biur poselskich (PO i SLD), stowarzyszenia (SO) oraz w miejscu pracy przedstawiciela (ChRS). Tylko w jednym przypadku (SO) wg uzyskanej informacji, spisana jest umowa użyczenia lokalu na siedzibę komitetu wyborczego, jednak bez określenia ponoszonych kosztów. Żaden z lokali nie był oznakowany jako siedziba komitetu wyborczego.

Niewiele odbywało się bezpośrednich spotkań kandydatów z mieszkańcami miasta, a jeśli były, to informacja nie była powszechnie dostępna. Wg wypowiedzi jednego z przedstawicieli sztabów „na te spotkania i tak przychodzą głównie zwolennicy, a ich koszt nie przekłada się na wzrost poparcia”.

Nasilona była natomiast akcja plakatowa, ulotkowa i banerowa. Zgodnie z ordynacją wyborczą materiały wyborcze powinny zawierać wyraźne oznaczenie, od kogo pochodzą (art. 70 ust. 1). Przykładem nieprzestrzegania tego przepisu mogą być plakaty kandydata PO, które początkowo wywieszane były wyłącznie z logo partii, a dopiero później umieszczono na nich pieczętki o treści „publikacja sfinansowana ze środków Komitetu Wyborczego Platforma Obywatelska RP”. Informację taką zawierają również ulotki kandydata, ale na banerach już jej nie ma.

Materiały wyborcze ChRS zawierają wyłącznie logo stowarzyszenia, co nie wyczerpuje warunków stawianych przez ordynację. Z kolei materiały KKW SLD+SDPL+PD+UP Lewica i Demokraci wyposażone są w skrót nazwy, a KW SO zawierają logo komitetu, a więc można uznać, że oznakowanie (choć niedoskonałe) pozwala zidentyfikować, kto je finansuje.

O ile przedstawiciele sztabów deklarują, że druk materiałów finansowany jest przez komitety wyborcze, to już ich przygotowanie odbywało się „we własnym zakresie”, a więc nieznanne są koszty, które faktycznie musiały zostać poniesione. Podobna uwaga dotyczy samego plakatowania wykonywanego przez wolontariuszy. Ordynacja pozwala na korzystanie z pracy wolontariuszy w takich przypadkach, ale już koszty np. kleju powinny być ponoszone przez komitety wyborcze.

Przygotowaniem materiałów wyborczych KW SO zajmowała się wyspecjalizowana firma PR, a samo plakatowanie również było zlecone, wobec czego koszty te powinny znaleźć się w sprawozdaniu.

Nie do końca jasna jest natomiast zasada finansowania kampanii prowadzonej w gazetach wydawanych przez Chrześcijański Ruch Samorządowy (nakładu nie podano) i Samorządny Oświećcim (nakład 18 – 20 tys. egzemplarzy), dostarczanych do mieszkań. Wkładki wyborcze z podobizną kandydata SO zawierają informację o Komitecie Wyborczym, natomiast brak jest tej informacji przy artykułach o charakterze agitacji wyborczej. Biuletyn ChRS w ogóle nie posiada informacji o ewentualnym finansowaniu przez komitet wyborczy.

Wśród materiałów wyborczych znalazła się również ulotka KW PiS, promująca kandydata na prezydenta KW ChRS, co niezgodne jest z art. 83b ust. 1 ordynacji wyborczej, zabraniającym przekazywania m.in. wartości niepieniężnych przez jeden komitet na rzecz innego komitetu oraz z art. 64b. ordynacji, dotyczącym prowadzenia kampanii kandydata przez jeden komitet na zasadzie wyłączności.

W toku monitoringu nie zaobserwowano przypadków łamania przepisów ordynacji dotyczących miejsc wyłączonych z prowadzenia kampanii wyborczej, zakazu organizowania zbiórek publicznych, loterii i konkursów, w których wygranymi byłyby nagrody o wysokiej wartości oraz podawania nieodpłatnie napojów alkoholowych.

Plakaty na ścianach budynków, urządzeniach energetycznych, autobusach i przystankach autobusowych umieszczane były po uzyskaniu zgody właścicieli lub zarządców. Pewne zaskoczenie mieszkańców wzbudziło umieszczenie na wiatach przystanków MZK pod napisami „...wzbronione” plakatów kandydata SO, jednak po uzyskaniu informacji o takiej możliwości i cenie tej usługi, skorzystali z tej opcji w niewielkim zakresie inni kandydaci. Nie zaobserwowano przypadków łamania ciszy wyborczej, ani kupowania głosów.

3. Podsumowanie

Przedstawione uwagi sformułowane zostały wyłącznie na podstawie obserwacji i rozmów z przedstawicielami sztabów wyborczych. Ostateczne wnioski zostaną opracowane w formie raportu końcowego po opublikowaniu sprawozdań przez komitety wyborcze. Prezentacja raportów końcowych przewidziana jest w kwietniu 2007r.

Prowadzenie monitoringu nie było zadaniem łatwym, ale na ogół spotkaliśmy się ze zrozumieniem i poparciem. Pełnomocnicy wszystkich komitetów wyborczych w czasie wizyty w sztabie udzielili nam wyczerpujących informacji o organizacji kampanii i jej finansowaniu, a w miarę potrzeb mogliśmy liczyć na bieżące wyjaśnianie wątpliwości. Wprawdzie spotkaliśmy się również z sugestiami, by wycofać się z projektu, ale były to głosy odosobnione.

Jesteśmy głęboko przekonani, że jednym z zadań organizacji pozarządowych, niezależnie od obszaru ich działalności jest udział w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. I wkładem w budowanie tego społeczeństwa jest nasza praca przy monitoringu finansowania kampanii wyborczej kandydatów na prezydenta Oświećcimia.

Stowarzyszenie „Szansa”
ul. Obozowa 31a, 32-600 Oświećcim
tel.033/8434068, e-mail: szans@free.ngo.pl