

Politycy samorządowi nieporadni w sieci

Kategoria: Aktualności

Opublikowano: poniedziałek, 04, lipiec 2011 00:00

Rafał Rudka

Odsłony: 1732

Polscy politycy w Internecie poruszają się nieporadnie i nie wykorzystują jego potencjału – wynika z raportu „Kampania w sieci” przygotowanego przez zespół ekspertów Instytutu Spraw Publicznych pod kierownictwem dr. Jana Zająca i dr. Dominika Batorskiego.

29 czerwca br. w Instytucie Spraw Publicznych odbyła się prezentacja raportu „Kampania w sieci”, poświęconego wykorzystaniu Internetu przez kandydatów w wyborach samorządowych w 2010 r. Była to już druga z kolei publikacja ISP poruszająca problematykę wyborów w Internecie. Wcześniej ukazał się raport „Wyborca w sieci”, zawierający diagnozę sposobu prowadzenia kampanii profrekwencyjnych w Internecie oraz rekomendacje adresowane do organizacji pozarządowych w tym obszarze.

Internet jest coraz bardziej dostępny w Polsce. W 2011 r. dostęp do sieci miało już 63% gospodarstw domowych. To skokowy wzrost – bowiem jeszcze w 2006 roku - jedynie 38 %. Bardzo zainteresowała nas problematyka potencjału Internetu, jako kanału komunikacji pomiędzy kandydatami a wyborcami. Czy kandydaci tylko zdawkowo informują w sieci wyborców o sobie i swoim programie, czy istnieją możliwości interakcji między nimi, a więc np. zadawania przez obywateli szczegółowych pytań? – przedstawił genezę projektu badawczego dr Jarosław Zbieranek, kierownik Programu Prawa i Instytucji Demokratycznych ISP.

Warto pamiętać, że w 2011 r. Internet jako narzędzie promocji kandydatów w wyborach może jeszcze bardziej zyskać na znaczeniu w następstwie zmian prawa wyborczego wprowadzających zakaz płatnych spotów wyborczych, radiowych i dużych billboardów.

Kierujący zespołem badawczym, eksperci ISP dr Jan Zając i dr Dominik Batorski na spotkaniu prezentującym raport „Kampania w sieci”, bazując na ustaleniach z badań wyborów na prezydentów miast z 2010 r. opowiedzieli m.in. o tym jaki jest faktycznie poziom aktywności polskich polityków w Internecie. Jak zauważyli autorzy raportu, obecność polskich polityków w Internecie ma zwykle charakter doraźny i tylko na potrzeby kampanii – po wyborach internetowa działalność polityków szybko się kończy, a komunikacja z internautami zamiera.

Ekspert wytknęli politykom także brak zrozumienia dla natury Internetu. Podstawą funkcjonowania w Internecie, zwłaszcza na portalach społecznościowych typu Facebook jest interakcja z wyborcami, tymczasem politycy traktują obecność w Internecie jak wiec wyborczy, z którego znikają zaraz po tym jak skończą przemawiać - zauważył jeden z uczestników spotkania.

W ramach badania „Tajemniczy wyborca” członkowie zespołu sprawdzili jak często politycy odpowiadają na pytania zadawane im w Internecie, z wykorzystaniem dostępnych narzędzi. Jak się okazało, tylko 38% pytań skierowanych do kandydatów poprzez e-mail, 28% poprzez formularz a zaledwie 13 % umieszczonych na fanpage'u w portalu facebook doczekało się reakcji ze strony polityków.

Na spotkaniu wielokrotnie odwoływano się do amerykańskich wzorców. Czy komukolwiek z polskich polityków uda się powtórzyć sukces pamiętnej kampanii Baracka Obamy z 2007 r.? Uczestnicy spotkania zgodzili się, że ze względu na inny poziom kultury politycznej oraz ograniczone możliwości mobilizacji elektoratu w Polsce jest to mało prawdopodobne. O przykładzie Obamy w Polsce mówi się dużo, ale nie znaczy to, że idzie za tym głębsza refleksja nad tym jak sensownie i skutecznie wykorzystywać

Politycy samorządowi nieporadni w sieci

Kategoria: Aktualności

Opublikowano: poniedziałek, 04, lipiec 2011 00:00

Rafał Rudka

Odsłony: 1732

internetowe instrumentarium.

Wnioski z prezentacji raportu nie pozostawiały wątpliwości, że warto podjąć wysiłki na rzecz profesjonalizacji działań sztabów wyborczych w Internecie. Potencjał, szczególnie w nawiązaniu interakcji z wyborcami jest bowiem bardzo duży.

Zapraszamy do lektury [raportu](#) dostępnego [na stronach ISP](#).

Źródło: Instytut Spraw Publicznych