# Prośba o mniej agresji

Kategoria: Felietony
Opublikowano: niedziela, 07, listopad 2010 23:00
Odsłony: 3183

## Samorządowa kampania wyborcza odkrywa ciemne strony charakteru

Złe obyczaje, które wprowadzają do życia publicznego parlamentarzyści, przenoszą się też na poziom gmin, powiatów i województw. Ujawniają się z wielką mocą w czasie kampanii samorządowej. Można odnieść wrażenie, że to właśnie okres kampanii jest dla wielu potencjalnych radnych okresem żniw w obrzucaniu błotem kontrkandydatów. Wydaje się, że startujący w wyborach i ich sztaby wyborcze, skłonni są usprawiedliwiać wszelakie swoje działania, jeśli mają wieść do celu jakim jest zwycięstwo w wyborach.
Bezpardonowe stosowanie kampanii negatywnej stało sie więc praktyką codzienną spotykaną na poziomie najmniejszych nawet samorządów terytorialnych, a stosują ją najczęściej kandydaci tracący poparcie lub posiadający skromny budżet.

Przykładów kampanii negatywnych można wymieniać wiele. Są one bardzo popularnym rozwiązaniem, gdyż ich autorzy wierzą, że w ten sposób mogą obniżyć notowania swojego przeciwnika.
W polskich realiach mamy doi czynienia najczęściej z dwoma rodzajami takich kampanii: wizerunkową i merytoryczną. Niestety, coraz częściej możemy zaobserwować tą pierwszą.

Z kolei kampania negatywna merytoryczna to odniesienie się do kwestii problemowych a nie prywatnych - jest ona o wiele lepiej przyjmowana i często odnosi duże sukcesy. Chodzi o to by nie była oszczercza, z przewagą ataków personalnych oraz by koncentrowała się na krytyce poglądów i programu.
Kampanie negatywne zmieniają się, wraz z ewolucją gustów i zachowań ludzi. Wydaje się, iż mamy do czynienia z coraz większą swobodą - to czego nie wolno było kiedyś, wolno dziś.
Na całe szczęście, wiele lat obserwacji takiej bezpardonowej walki o władzę i stosowania negatywnej kampanii wyborczej, zaczyna dawać skutek pozytywny. Wyborcy coraz częściej nie chcą głosować na polityków (także tych lokalnych), którzy przyjmują taktykę agresywnego atakowania rywali i obnażania ich przywar (zdarza się, że prawdziwych, ale również także uronionych!). Te ataki dotyczą zarówno życia zawodowego kontrkandydatów, ich działalności społecznej, ale co szczególnie naganne - życia prywatnego wyborczych rywali.
Powie ktoś, zdobywanie popularności poprzez ośmieszanie i oczernianie przeciwnika nie jest niczym nowym, szczególnie jeśli chodzi o współczesną politykę. Tak to smutna prawda, ale muszą być granice tego typu zachowań.
Politolodzy podkreślają, że kampania negatywna może być bardziej efektywna od pozytywnej. Twierdzą oni, że największe szanse na przychylność wyborców mają kandydaci do piastowania funkcji publicznych, którzy oczerniają i bezwzględnie wytykają błędy swych przeciwników politycznych. Wskazują, iż aby skutecznie zabiegać o głosy wyborców, dobrze jest mieć zagorzałego przeciwnika politycznego, by straszyć nim własnych zwolenników. Chodzi o to, by wywołać wrażenie, jak na mnie nie zagłosujesz, to wiele stracisz!
No tak, ale pod warunkiem, że samemu jest się nieskazitelnym! Ale, czy są w ogóle politycy nieskazitelnie czyści?
Warto przecież pamiętać o starych maksymach: „nie sądź, bo sam będziesz sądzony” lub „kto mieczem wojuje, ten od miecza ginie”. Wielu kandydatów na radnych, wójtów, burmistrzów i prezydentów miast, ma na swoim koncie większe i mniejsze wpadki. Jeśli już nie dla chęci utrzymywania pewnej klasy walki politycznej, to chociaż w obawie o to, aby własne przywary nie zostały wykorzystane przez konkurentów, warto nie prowokować losu.
Stosowanie kampanii negatywnych jest zawsze ryzykowne. Nieumiejętność w tej materii może przyczynić się do własnej porażki. Może niekorzystnie wpłynąć na wizerunek polityka, który ją stosuje. Zaczyna on być postrzegany przez wyborców jako osoba agresywna.


Phoca PDF

Wskazuję na jeszcze jeden aspekt prowadzenia kampanii negatywnej. Jeżeli jest powszechnie stosowana przez zwalczających się konkurentów, może to zniechęcić do nich w jednakowym stopniu. Tak więc kapania negatywna przyniesie więcej szkody niż pożytku. Przyciągnie uwagę, a jednocześnie zniechęci do udziału w życiu publicznym. Wzajemne ataki i nieprzestrzeganie reguł *fair play* wywołują niechęć do całej klasy politycznej.
W takiej sytuacji niska frekwencja wyborcza jest niemal pewna.
Za dwa tygodnie wybory samorządowe. Ubiegającym się o mandaty informuję – sporo wyborców woli pozytywne, informacyjne reklamy wyborcze, które wydają się być *fair.* Zagłosuję na kandydatów stosujących taką kampanię. I chyba nie będę odosobniony w swym zachowaniu. Oby!

*Dobrego tygodnia*
*Marek Wójcik*


Phoca PDF