

Jak pytać kandydatów, aby dobrze zagłosować w wyborach samorządowych?

prowadzi: Małgorzata Łosiewicz

organizator:



FUNDACJA
IM. STEFANA BATOREGO

Masz
Głos

Ekspertka



Małgorzata Łosiewicz, koordynatorka regionalna Masz Głos, socjolożka, badaczka miejska, projektantka usług. Współzałożycielka Stowarzyszenia Rozwoju „Inspiracje”, które od dziesięciu lat przygląda się kampaniom wyborczym w wymiarze lokalnym, sprawdza uczciwość kandydatek i kandydatów. Od 14 lat prowadzi działania edukacyjne w zakresie narzędzi partycypacji i procesu wyborczego.

Czym się dzisiaj zajmiemy?

Podczas webinarium omówimy zagadnienia związane ze społecznym zaangażowaniem w proces wyborczy:

- kogo wybieramy podczas najbliższych wyborów samorządowych,
- jak wejść w kontakt z kandydatami i przygotować się do rozmowy z nimi,
- jak zrobić ankietę wyborczą, debatę i spotkania przedwyborcze,
- jak zaangażować mieszkańców w spotkanie przedwyborcze.

W najbliższych wyborach samorządowych wybierzemy władze gminy, powiatu i województwa (m.st. Warszawa wybiera również radnych dzielnic):

GMINA

- wójta (w gminach wiejskich)
- burmistrza (gdy siedziba władz gminy znajduje się w mieście położonym na terytorium gminy)
- prezydenta (w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców, lub w miastach w których przed wejściem w życie ustawy o samorządzie gminnym prezydent był organem wykonawczym).

Radę Gminy:

- 15 radnych (w gminach do 20 tys. mieszkańców)
- 21 radnych (w gminach do 50 tys. mieszkańców)
- 23 radnych (w gminach do 100 tys. mieszkańców)
- 25 radnych (w gminach do 200 tys. mieszkańców), +3 radnych na każde dalsze rozpoczęte 100 tys. mieszkańców, jednak nie więcej niż 45 radnych.

Uwaga: gdy na stanowisko wójta/ burmistrza/ prezydenta zgłosi się tylko 1 kandydat i nie uzyska w wyborach więcej niż połowy ważnych głosów, osobę wybiera Rada Gminy bezwzględną większością głosów.

POWIAT

Radę Powiatu:

- 15 radnych (w powiatach do 40 tys. mieszkańców), +2 radnych na każde dalsze 20 tys. mieszkańców, jednak nie więcej niż 29 radnych.

Uwaga: to radni wybierają Zarząd Powiatu.

WOJEWÓDZTWO

Sejmik Województwa:

- 30 radnych (w województwach do 2 mln. mieszkańców), +3 radnych na każde dalsze rozpoczęte 500 tys. mieszkańców.

Uwaga: to radni wybierają Zarząd Województwa.

- W miastach na prawach powiatu rada miasta pełni funkcje rady powiatu. Wykonuje również zadania własne gminy i powiatu. Według stanu na 1 stycznia 2023 w Polsce jest 66 miast na prawach powiatu.
- Wójt (burmistrz, prezydent) przede wszystkim wykonuje uchwały rady gminy (określa, w jaki sposób zostają wykonane), budżet i gospodaruje mieniem komunalnym. Zatrudnia i zwalnia kierowników gminnych jednostek organizacyjnych (np. szkół, ośrodków kultury).
- Rada gminy to organ kolegialny – podejmuje decyzje wspólnie poprzez uchwały podczas sesji rady gminy. Rada Gminy podejmuje uchwały m.in. dotyczące statutu gminy, programów rozwoju, budżetu, zagospodarowania przestrzennego, podatków lokalnych i zobowiązań majątkowych, wysokości wynagrodzenia wójta (burmistrza, prezydenta) i kierunków jego działań, powołania i odwołania skarbnika czy rozpatruje raport o stanie gminy i udziela (bądź nie) wotum zaufania i absolutorium.
- Zadaniem przewodniczącego rady gminy jest tylko organizowanie pracy rady i prowadzenie obrad. Przewodniczący nie może podejmować samodzielnych decyzji w imieniu rady.

Jakie są zadania samorządów? Do kogo zgłosić się z danym problemem? Kilka przykładów:

GMINA	POWIAT	WOJEWÓDZTWO
• boiska, parki	• drogi powiatowe	• drogi wojewódzkie
• cmentarze, oświetlenie	• szkoły ponadpodstawowe	• komunikacja regionalna
• drogi gminne	• szpitale	• koleje
• gospodarka odpadami	• urzędy pracy	• szpitale specjalistyczne
• komunikacja publiczna	• służby, w tym weterynaryjne	• opieka nad zabytkami
• pomoc społeczna	• rejestracja pojazdów	• podział funduszy unijnych
• opieka nad zwierzętami bezdomnymi		
• ośrodki kultury		
• straż gminna		
• sieci wodno-kanalizacyjne		
• szkoły podstawowe		
• przychodnie zdrowia		
• zieleń		

Włącz kandydatów do działania

Słupsk:
najważniejsze decyzje,
uchwały mijającej kadencji



- Od czego zacząć?

Wybierzcie problem, na rozwiązaniu którego najbardziej Wam zależy.

Wybierzcie temat, zagadnienie, o które chcielibyście zapytać kandydatów.

- Jakie macie zasoby? (projekty, diagnozy, publikacje, doświadczenie...)
- Z jakimi problemami zwracają się do Was mieszkańcy?

Skorzystajcie ze swojego doświadczenia.

Jako mieszkańcy jesteście ekspertami od lokalnych spraw.

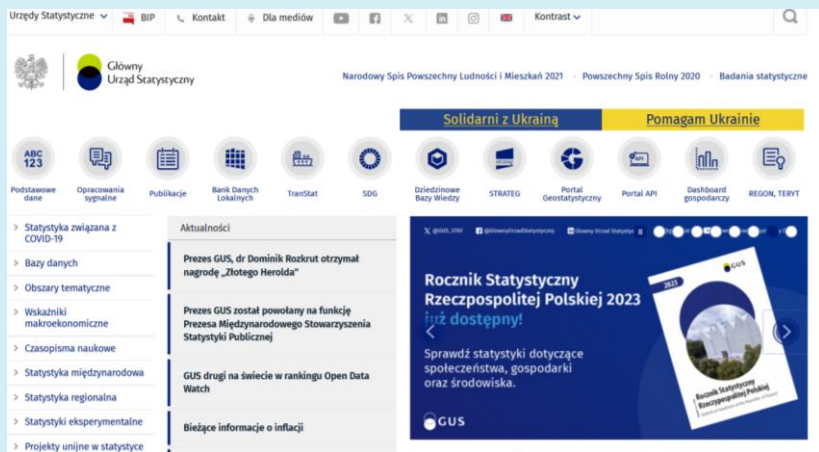


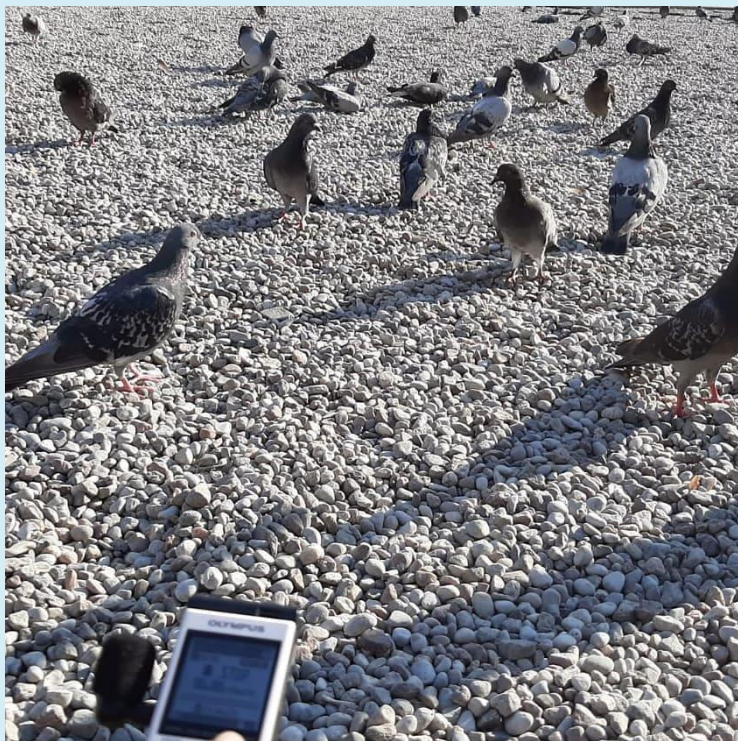
Mieszkańcy:

- To nie tylko adresaci Waszych działań.
- Czas? Potrzebne szybkie działanie.
- Zapytajcie o kluczowe zagadnienia w swoich social mediach (Facebook, Instagram).
- Spotkajcie się na mieście, na wsi.
- Skrzynki na pytania.

Dokumenty strategiczne, dane statystyczne:

- Biuletyn Informacji Publicznej, informacja publiczna.
- Strategia Rozwoju Gminy, Gminny Program Rewitalizacji, Strategia Rozwiązywania Problemów Społecznych, Gminny Program Opieki nad Zabytkami, Raporty o stanie gminy, itp.
- Zasób Głównego Urzędu Statystycznego.





Media lokalne:

- Czym żyła lokalna prasa przez ostatnie 5,5 roku?
- Baza kontaktów, analiza, lokalni dziennikarze.

Organizacje pozarządowe, eksperci:

- Baza wiedzy, wymiana doświadczeń.
- Zasoby techniczne i organizacyjne.



- Baza kontaktów do pełnomocników komitetów wyborczych.
- Daj się poznać.
- Zapraszaj do współpracy wszystkie komitety wyborcze.
- Bądź skrupulatny: rób notatki.
- Wszystkie komitety traktujemy na równi.
- Odnoś się z szacunkiem, pilnuj zasad - naszym zadaniem jest dbanie o jakość debaty publicznej.
- Co, jeśli komitet, kandydat odmówi...

Zasady działania w trakcie kampanii

Zasady komunikacji działań organizacji



- Dbanie o jakość przedstawianych danych i ich rzetelność.
Przedstawiamy fakty a nie opinie.
- Odnosząc się do źródeł, unikaj emocji.
- Naszym zadaniem jest **umożliwienie wyborcom podjęcia świadomej decyzji a nie dokonania wyboru za nich.**
- Przestrzegaj prawa, kodeks wyborczy nie tylko dla kandydatów.
- Działania edukacyjne w szkołach.
- Szacunek w komentarzach.

- a. Pytania porządkujące.
- b. Pytania o doświadczenie.
- c. Pytania o priorytety w działaniu.
- d. Pytania o rozwój gminy.
- e. Pytania o problemy w gminie.

- Kogo chcecie pytać?
- Pytania nie mogą faworyzować żadnego z kandydatów czy komitetu wyborczego.
- Pytajcie o konkretne sytuacje, wskażcie miejscowości, ulice.
- Nie twórzcie zbyt rozbudowanej ankiety, kilka konkretnych pytań wystarczy (maksymalnie 10).
- Od ogółu do szczegółu, pytania porządkujące, rodzaje pytań.
- Wstęp do ankiety.
- Zasoby techniczne (np. Google Forms), support.
- Jak publikować wyniki?

- a. Wprowadzenie, zasady.
- b. Blok pytań prowadzącego.
- c. Blok pytań od kandydatów.
- d. Blok pytań od mieszkańców.
- e. Wolna wypowiedź kandydatów.
- f. Podsumowanie, zakończenie.

- Kogo chcecie pytać? W jakiej formule? O co?
- Zasoby techniczne.
- Zaangażuj mieszkańców.
- Moderator, regulamin.
- Zaproszenia dla kandydatów i mieszkańców.
- Utrwal, publikuj.



- Jaki temat jest dla Was ważny?
- Trasa.
- Pytania.
- Zaproś i poinformuj.
- Utrwal, publikuj.

- 1) **Wstęp:** przedstawienie organizatorów, zaproszonych gości i kandydatów, omówienie zasad spotkania.
- 2) **Opcjonalnie:** prezentacja wyników badań prowadzonych przez grupę dotyczących tematu spotkania/prezentacja zdjęć lub filmów, na których uwidoczniiony jest problem.
- 3) **Opcjonalnie:** przedstawienie przez zaproszonych ekspertów stanowiska w temacie spotkania.
- 4) **Swobodna wypowiedź** kandydatów w temacie spotkania.
- 5) **Swobodna wypowiedź** mieszkańców w temacie spotkania.
- 6) **Czas na wypowiedzi** mieszkańców i kandydatów.
- 7) **Podsumowanie** dyskusji, podziękowanie za przybycie.

- Jaki temat jest dla Was ważny?
- Miejsce.
- Planowany przebieg, zasady.
- Zaproś i poinformuj.
- Utrwal, publikuj.

Jak czuwać nad poprawnym przebiegiem kampanii i samego głosowania

Masz Głos

Webinarium: jak czuwać nad poprawnym przebiegiem kampa...

Do obejrze... Udostępnij

Masz Głos

Jak czuwać nad prawidłowym przebiegiem kampanii wyborczej w swojej gminie?



Komitetom wyborczym **nie wolno** przyjmować **korzyści majątkowych niepieniężnych** w postaci **nieodpłatnego udostępnienia miejsc reklamowych** przez **organizacje społeczne** (są to między innymi spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, spółki akcyjne, uczelnie, fundacje, samodzielne publiczne zakłady opieki zdrowotnej, spółdzielnie, koła gospodyń wiejskich, itp.).

Fot. Stowarzyszenie Rozwoju INSPIRACJE.
Społeczny monitoring materiałów wyborczych, 2019

Obejrzyj w  YouTube

ClickMeeting

Dziękujemy!

www.maszglos.pl

<https://www.facebook.com/maszglos/>

**Masz
Głos**