2011-10-31

# KANDYDACI 2011
Podsumowanie projektu

Anna Ścisłowska, Karolina
Wierzbowska, Dorota Zakrzewska

# KANDYDACI 2011

*Podsumowanie projektu*

Podczas kampanii wyborczej 2011 Stowarzyszenie 61 realizowało projekt Kandydaci 2011. Jego celem było promowanie idei świadomego głosowania i dostarczenie narzędzia umożliwiającego jej realizację poprzez ustalenie i upublicznienie poglądów osób ubiegających się o mandaty poselskie i senatorskie. Działania koncentrowały się wokół trzech głównych obszarów:

- Dostarczenie narzędzi umożliwiających świadome głosowanie
- Kontakt z kandydatami
- Promocja skierowana do wyborców

## Dostarczenie narzędzi

### Kwestionariusz doświadczenia i poglądów kandydata

Poglądy kandydatów badaliśmy za pomocą specjalnie opracowanego Kwestionariusza doświadczenia i poglądów. Został on przygotowany we współpracy z ekspertami ponad 20 organizacji pozarządowych, m.in.:

Fundacja im. Stefana Batorego, Program Przeciw Korupcji, Generalne Biuro Wyborcze, Instytut nauk politycznych, (Magdalena Krawczyk-Radwan) Instytut Badań Edukacyjnych, Fundacja Inna Przestrzeń, Helsińska Fundacja Praw Człowieka, Grupa Zagranica, Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć, Stowarzyszenie Zielone Mazowsze, Ptaki Polskie, Instytut Sobieskiego, Stowarzyszenie Szkoła Liderów, Fundacja Pracownia Badań i Innowacji Społecznych "Stocznia", Centrum Architektury, Inicjatywa Wolna Białoruś, Młodzi Głosują, Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, Ogólnopolska Federacja Organizacji Pozarządowych, Portal Organizacji Pozarządowych, Obywatelska Koalicja "Tytoń albo zdrowie".

Kwestionariusz został podzielony na dwie części:

część wspólna dla wszystkich kandydatów, zawierająca pytania o dane podstawowe, doświadczenie, motywy i cele kandydowania, ocenę Parlamentu mijającej kadencji oraz o opinie w podstawowych kwestiach ustrojowych;

17 szczegółowych obszarów tematycznych:

- Uczestnictwo obywateli w sprawowaniu władzy
- Sprawy europejskie
- Polityka zagraniczna
- Polityka gospodarcza

- Budżet państwa i podatki
- Polityka społeczna i rynek pracy
- Edukacja
- Szkolnictwo wyższe
- Kultura
- Ochrona zdrowia
- Rolnictwo
- Współpraca rozwojowa
- Polityka migracyjna
- Energetyka
- Infrastruktura
- Ochrona środowiska
- Prawa i wolności obywatelskie

Kandydat sam wybierał, w których z wymienionych obszarów chce się wypowiedzieć. Każdy obszar zawierał kilka pytań zamkniętych i otwartych dotyczących różnych kwestii szczegółowych, miejsca na rozwinięcie i uzasadnienie odpowiedzi na pytania zamknięte, oraz prośbę o wymienienie głównych celów strategicznych dla Polski w danej polityce publicznej.

## Prezentacja danych w serwisie MamPrawoWiedziec.pl

Wypełnione kwestionariusze były publikowane w obywatelskim serwisie MamPrawoWiedziec.pl. Użytkownik strony mógł skorzystać z wyszukiwarki oraz porównywarki poglądów. **Wyszukiwarka** umożliwiała znalezienie konkretnego nazwiska, listy kandydatów z danego okręgu wyborczego lub z wybranego komitetu. **Porównywarka** dawała możliwość odpowiedzi na pytania z jednego lub wszystkich działów. Po udzieleniu odpowiedzi, wyświetlała się lista kandydatów uszeregowana wg zbieżności poglądów. Internauci mieli możliwość porównania swoich odpowiedzi ze wszystkimi kandydatami lub tylko z tymi, którzy startowali z ich okręgu. Wyniki wyszukiwania można sortować wg wszystkich kolumn.




Aby ograniczyć wyszukiwanie i porównania do swojego okręgu wyborczego należało wpisać kod pocztowy.

Oprócz treści związanej z wyborami, strona przez cały czas trwania projektu zawierała stałe elementy – biogramy posłów, senatorów i posłów do Parlamentu Europejskiego, oświadczenia majątkowe i rejestry korzyści parlamentarzystów, bazę kluczowych głosowań sejmowych, informacje z poprzednich projektów.

### PROBLEMY I REKOMENDACJE

- Najwięcej problemów związanych było z wyszukiwaniem okręgu po kodzie pocztowym. Po pierwsze baza zakupiona od poczty polskiej nie była kompletna. Po drugie, 217 kodów należy do dwóch powiatów, a co za tym idzie, do dwóch okręgów wyborczych. W takiej sytuacji pojawiała się informacja i prośba o wskazanie odpowiedniego powiatu. Błędem było także nie przygotowanie rozwiązania dla osób głosujących za granicą, przypisanych do okręgu Warszawa I. Nie znały one kodów warszawskich. Warto wprowadzić alternatywnie do kodu pocztowego, miejscowość zamieszkania.
- Użytkownicy mieli też problem ze zrozumieniem, że po wpisaniu kodu wyświetla się nazwa okręgu, a nie miejscowości zamieszkania. Po kilku pytaniach w tej kwestii została wprowadzona stosowna informacja.
- Zabrakło także oznaczenia, które odpowiedzi kandydata są zgodne z odpowiedziami wyborcy z porównywarki. Użytkownik strony dostał tylko informację o zgodności wyrażonej w procentach oraz liczbie takich samych odpowiedzi.
- Nie udało się też zagregować odpowiedzi raczej A i zdecydowanie A w jedną, na potrzeby przeliczania zgodności w porównywarce.
- Kilka osób zgłaszało problemy ze znalezieniem porównywarki na stronie.
- Należy bardzo wyraźnie rozróżnić strony związane z wyborami i z kończącą się kadencją. Zdarzały się uwagi wynikające z braku zrozumienia różnicy między profilem poselskim a kandydackim tej samej osoby (np. komitet wyborczy z 2007 roku był zgłaszany jako błędny).

## Kontakt z kandydatami

**Dostępność adresów e-mail kandydatów**

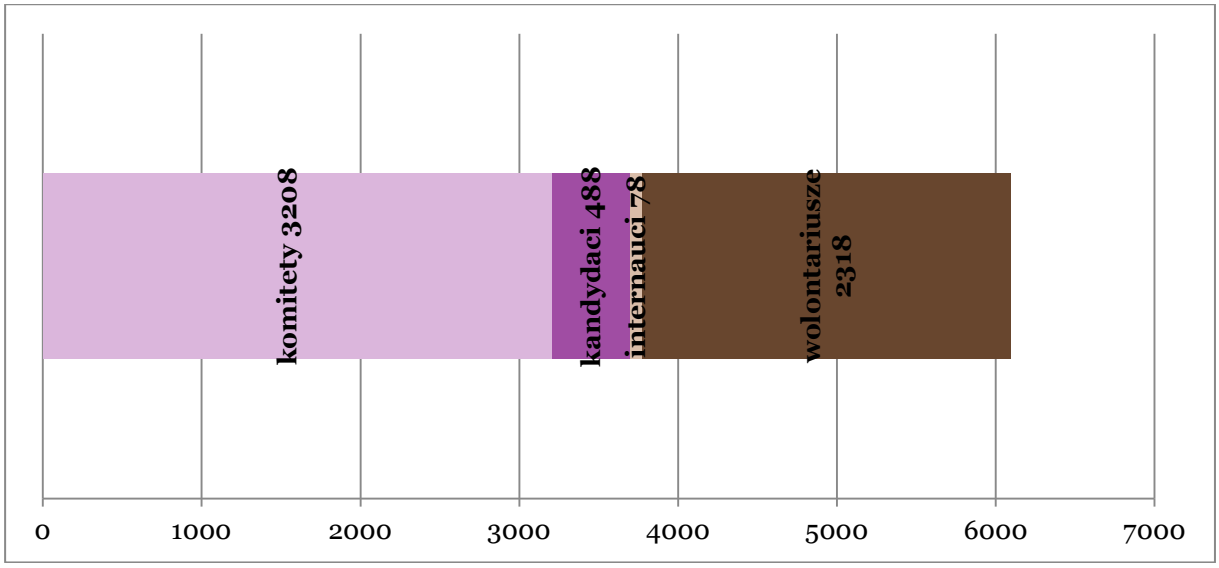
Zaproszenie do wypełnienia kwestionariusza zostało rozesłane do wszystkich osób startujących w wyborach, do których udało się zdobyć adres e-mail. Adresy były zbierane na trzy sposoby.

- Po pierwsze, kontaktowaliśmy się z **komitetami wyborczymi**, zarówno władzami centralnymi partii, jak i strukturami regionalnymi, prosząc o przesłanie listy kontaktów do kandydatów. W ten sposób udało się zebrać **3208** adresów e-mail.
- Równolegle zespół e-wolontariuszy prowadził **research internetowy**, a użytkownicy strony mogli przesłać kontakt do kandydata. Od wolontariuszy i internautów udało się pozyskać **2396** adresów, z czego zdecydowana większość pochodziła od wolontariuszy i e-wolontariuszy.

  Zgłoszenia od internautów przychodziły rzadko, zawierały dane, które już znajdowały się w bazie, często też były niekompletne (np. samo nazwisko kandydata). W sumie było to 220 zgłoszeń, jednak tylko **76** z nich zawierało adres mailowy kandydata czy kandydatki. Pozostałe adresy to efekt pracy zespołu wolontariuszy.

Szukanie adresów wiązało się jednak z dużymi trudnościami, gdyż kandydaci nie udostępniali ich w Internecie. Średnio, spośród kandydatów, do których szukaliśmy kontaktu, udawało się znaleźć adres e-mail niecałych 40%. 60% osób startujących w wyborach z okręgów, w których przeprowadziliśmy pełen research nie udostępniało kontaktu w formie, która umożliwiała jego znalezienie zaangażowanym wolontariuszom, a tym bardziej wyborcy. Poziom zinternetyzowania kandydatów był różny w zależności od okręgu wyborczego. Najmniejszy odsetek znalezionych adresów odnotowaliśmy w okręgu Radom (28%), największy w Poznaniu i Wrocławiu (ok. 50%). Nieco lepiej wypadli kandydaci do Senatu – 66,6% z nich udostępnia adres poczty elektronicznej w Internecie.

- Trzecim sposobem pozyskiwania danych kontaktowych było samodzielne zgłoszenie kandydata za pomocą specjalnego formularza. W ten sposób zgłosiło się **488** osób.




Najbardziej efektywne było pozyskiwanie adresów e-mail od komitetów wyborczych. Często otrzymywaliśmy tą drogą prywatne adresy, raczej odbierane przez kandydatów, choć także te listy zawierały błędy. Dodatkowo kontakt z komitetem dawał możliwość przekonania partii do idei projektu i namówienia centralnych władz do promowania udziału w projekcie wśród kandydatów. Niektóre komitety ogólnopolskie zdecydowały się dodatkowo same rozsyłać do swoich kandydatów wiadomości ponaglające do wypełnienia kwestionariuszy. Najlepszym sposobem dotarcia do adresów było nawiązanie kontaktu z władzami centralnymi, co dawało także możliwość powoływania się na poparcie otrzymane od władz partii w kontakcie z jej regionalnymi przedstawicielstwami lub samymi kandydatami.

Kontakt z władzami regionalnymi był mniej efektywny, jednak czasem pozostawał jedyną możliwością. Poszczególne partie różnią się strukturą i stylem zarządzania, dlatego współpraca z każdą z nich wyglądała inaczej.

**Polskie Stronnictwo Ludowe.** Jest to jedyna partia, której władze centralne przekazały adresy e-mail do kandydatów ze wszystkich 41 list zaraz po ogłoszeniu oficjalnych list przez PKW. Zanim to nastąpiło udało się także otrzymać 27 list od władz wojewódzkich (10 województw). Osoby z biur w dwóch województwach odmówiły przesłania adresów mailowych, jednak miały przesłać informację o projekcie bezpośrednio do kandydatów. Dwa inne województwa nie chciały w ogóle rozmawiać o projekcie, ponieważ „miały złe wcześniejsze doświadczenia", niestety udało się dowiedzieć o jakie doświadczenia chodzi. Kolejne dwa województwa miały

przesłać adresy mailowe, jednak się to nie stało. Na finiszu kampanii podjęte zostały starania o odpowiedzi na pytania liderów partii Waldemara Pawlaka, oraz Jolanty Fedak. Niestety żadna z tych osób nie zakończyła kwestionariusza.

**Polska Jest Najważniejsza.** Partia wyznaczyła koordynatorów kampanii wyborczej w każdym z 41 okręgów. Udało nam się nawiązać kontakt telefoniczny z 19 koordynatorami i uzyskać 6 list adresowych, zanim władze partii postanowiły przekazać centralnie bazy adresów mailowych. Większość osób, z którymi nawiązaliśmy kontakt, pozytywnie odnosiło się do idei projektu. Niestety duża ich część ostatecznie nie zdecydowała się na przekazanie maili. Nie do wszystkich koordynatorów można było znaleźć numeru telefonu. W trakcie kampanii wyborczej władze centralne komitetu same przekazały na potrzeby projektu 38 list nazwisk wraz z adresami e-mail.

**Prawo i Sprawiedliwość.** Współpraca z komitetem na początku sprawiała spore trudności, ponieważ partia do ostatniej chwili zwlekała z ogłoszeniem list wyborczych. Utrudniało to zbieranie danych kontaktowych przez wolontariuszy i spowodowało kilkutygodniowy impas w kontaktach z centralą partii. Komitet na poziomie centralnym po długich naleganiach przekazał Stowarzyszeniu listy adresów e-mail i telefonów komórkowych do osób startujących z 37 okręgów. Kontakty były przekazywane w kilku transzach. Niestety dane telefoniczne często były źle przyporządkowane do nazwisk, co utrudniało komunikację tą drogą. Kontakt z przedstawicielstwami poszczególnych regionów nie dał takich wyników jak kontakt z centralą. Kontaktując się z ich władzami regionalnymi, podzielonymi według okręgów wyborczych, zarówno telefonicznie, jak i składając bezpośrednią wizytę w siedzibie władz regionu udało się zdobyć listy z trzech okręgów. Kwestionariusz lidera partii Jarosława Kaczyńskiego został rozpoczęty, lecz nie zakończony.

W ostatnich dniach kampanii dziennikarz ogłosił konkurs w portalu FaceBook.com - miał on zadać Jarosławowi Kaczyńskiemu pytanie, które zdobędzie największą popularność. Stowarzyszenie 61 zwyciężyło dzięki czemu Prezes PiS został zapytany dlaczego nie wypełnił kwestionariusza. Dowiedzieliśmy się, że ze względu na zbyt dużą ilość obowiązków.

**Ruch Palikota**. Udało się zebrać listy adresów e-mail do kandydatów z 31 okręgów wyborczych. Równolegle prowadzone były kontakty z centralą jak i z koordynatorami regionalnymi, przyporządkowanymi do poszczególnych okręgów wyborczych. Partia przekazała nieoficjalną listę koordynatorów regionalnych, która okazała się niepełna i z wieloma błędami, oprócz tego wysłała kilkukrotnie przypomnienia do swoich koordynatorów regionalnych, grożąc dyscypliną partyjną w przypadku nie przekazania kontaktów dla MamPrawoWiedziec.pl. Z częścią koordynatorów terenowych udało się spotkać w Warszawie, co ułatwiło przekazanie kontaktów mailowych. Kandydaci z tego komitetu chętnie wypełniali kwestionariusze. Lider partii Janusz Palikot wypełnił kwestionariusz i wziął udział we współorganizowanej przez Stowarzyszenie 61 debacie.

**Sojusz Lewicy Demokratycznej.** Mimo kontaktów z rzecznikiem prasowym i biurem prasowym na wiejskiej, osobistych kontaktów z przedstawicielami tej partii od centrali nie udało się pozyskać żadnych kontaktów do kandydatów, ponieważ centrum komitetu wyborczego nie posiadało tych danych. Podczas spotkania i rozmów telefonicznych, szef kampanii SLD nie zgodził się z ideą naszego projektu, argumentując, że obywatele nie muszą znać poglądów kandydatów. Korzystnie układała się praca z biurem medialnym na Wiejskiej, które wielokrotnie wysyłało pisma i smsy ponaglające do struktur regionalnych z prośbą o przekazanie kontaktów i przychylne potraktowanie propozycji współpracy ze Stowarzyszeniem 61. Zespół projektowy nawiązał kontakt ze wszystkimi strukturami wojewódzkimi, co zaowocowało listami z 16 okręgów wyborczych. W ostatnim tygodniu kampanii zaobserwowaliśmy większą liczbę samodzielnych zgłoszeń kandydatów z tego ugrupowania. Na końcu kampanii udało się uzyskać kwestionariusz lidera partii Grzegorza Napieralskiego.

**Polska Partia Pracy.** Współpraca na poziomie centralnym nie była zadawalająca. Centralne władze partii odnosiły się do projektu z niechęcią, argumentując, że ich wyborcy nie korzystają z internetu. Ostatecznie informacja o możliwości wypełnienia kwestionariusza MamPrawoWiedziec.pl została przekazana na ogólnopolskim zebraniu koordynatorów tej partii. Działanie nie zaowocowało zgłoszeniami kandydatów tej partii. Dzięki nawiązanemu kontaktowi przy okazji organizacji debaty OFIP zostały przekazane kontakty z listy warszawskiej.

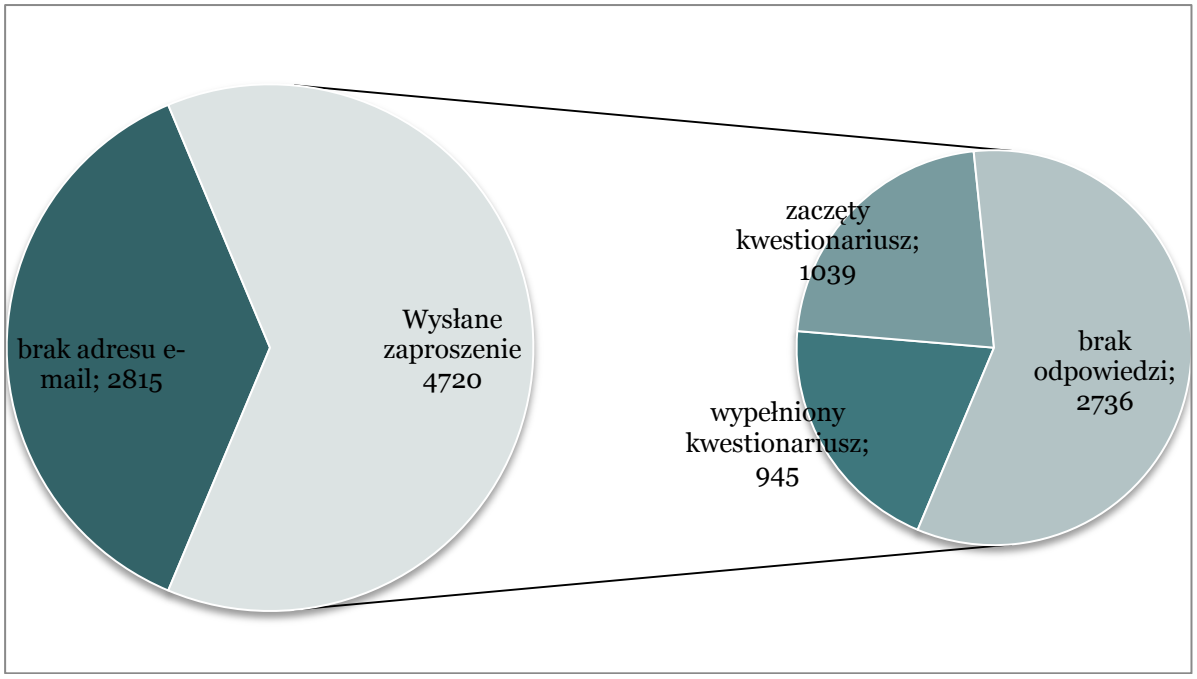
**Platforma Obywatelska.** Współpraca na poziomie centralnym nie zaowocowała przekazaniem adresów e-mail. Komitet tłumaczył się ochroną danych osobowych i koniecznością zawarcia umowy. Mimo, że stowarzyszenie zaproponowało odpowiednie zapisy, komitet wycofał się z wcześniej złożonej propozycji podpisania porozumienia o przekazaniu i ochronie danych kontaktowych kandydatów tej partii. Próby dotarcia do struktur regionalnych pozwoliły zebrać jedynie listy z 3 okręgów. W jednej z rozmów telefonicznych udało nam się dowiedzieć o organizowanych dla kandydatów szkoleniach internetowych. Na 6 z nich miała zostać pokazana prezentacja dotycząca serwisu MamPrawoWiedziec.pl oraz projektu „Kandydaci 2011". Ostatecznie komitet trzykrotnie rozesłał po wszystkich swoich kandydatach zaproszenie do udziału w projekcie, co zaowocowało wieloma zgłoszeniami.
Większość osób z regionalnych przedstawicielstw PO deklarowało, że przekaże informacje o projekcie kandydatom. Być może dzięki temu kandydaci z ramienia PO najliczniej zgłaszali się do udziału w projekcie przez formularz zamieszczony na stronie serwisu. Samodzielnie zgłosiły się 234 osoby startujące z list PO. Jednocześnie zespół wolontariuszy prowadził research adresów mailowych, co pozwoliło na wysłanie kwestionariusza do 614 kandydatów z Platformy Obywatelskiej. Partia udostępniała na swojej stronie formularze kontaktowe do kandydatów, jednak nie dawało to możliwości przesłania (program do prowadzenia badania wymagał podania adresów e-mail). Zdarzało się także, że po wysłaniu wiadomości przez formularz przychodził zwrot mówiący, że taki adres nie istnieje.
Ze względu na odmowę przekazania kontaktów do kandydatów podejmowane były próby kontaktu z młodzieżówką partii. Lider młodzieżówki Dariusz Dolczewski osobiście zachęcał na konwencji młodzieżówki do wypełniania kwestionariusza na portalu.
Na kilka dni przed wyborami większe zanotowano zwiększoną ilość samodzielnych zgłoszeń tej partii. Być może przyczyniło się do tego rozesłanie naszych maili polecających wypełnienie kwestionariusza na stronie przez ważnych polityków, autorytety tej partii (Róża Thun, Lena Kolarska-Bobińska). Dzięki kontaktom osobistym sprzed kampanii udało się dotrzeć do bliskiego otoczenia prezesa Partii Donalda Tuska, lecz nie udało się otrzymać odpowiedzi na kwestionariusz.
**Prawica** Udało się nawiązać kontakt telefoniczny z większością koordynatorów w okręgach wyborczych, w których komitet zarejestrował listy. Niestety zaowocowało to jedynie 4 przesłanymi Stowarzyszeniu listami mailowymi. Współpraca z centralą partii zapowiadała się obiecująco. Od czasu gdy odmówiono rejestracji list ogólnopolskich partia zmniejszyła swoje zainteresowanie współpracą z portalem. Ostatecznie partia nie przesłała list kontaktów do kandydatów.
**Nowa Prawica** Mimo najszybszego nawiązania kontaktu z centralą i przychylnego nastawienia do projektu przekazaniem kontaktów nie przekazano kontaktów. Ze względów technicznych komitet w trakcie kampanii wyborczej utracił kontakty do swoich kandydatów i nie odbudował swojej bazy do dnia wyborów. W związku z tym mimo wielokrotnych obietnic przesłania danych z centrali z nie została przesłana żadna lista. Oprócz tego nawiązany został kontakt na poziomie

regionalnym. Komitet Wyborczy ustanowił swoich przedstawicieli według okręgu wyborczego. Udało się otrzymać 6 list.
**Samoobrona**. W związku trudną sytuacją prawną partii (konfiskata sprzętu komputerowego). Mimo kontaktu osobistego i wielokrotnego telefonicznego centrala partii nie była w stanie przekazać kontaktów do koordynatorów regionalnych. Ostatecznie została nam przekazana jedna lista zawierające zaledwie 4 adresy mailowe.
**Zieloni 2004** Kandydaci tej partii startowali z list SLD. Po nawiązaniu kontaktu z przewodniczącą Małgorzatą Tkacz-Janik zostały nam przesłane adresy do wszystkich kandydatów partii.
**Stronnictwo Ludowe Ojcowizna** ostatecznie zarejestrowało jednego kandydata do Senatu. Mimo nawiązania pozytywnego kontaktu z przedstawicielami komitetu wyborczego, nie został nam przesłany jego adres.
**Mniejszość Niemiecka**. Asystent Ryszarda Galli (jednego z kandydatów) przesłał nam wszystkie adresy mailowe ich kandydatów. Dotarcie do niego nie było trudne, wystarczyło kilka telefonów do Niemieckiego Towarzystwa Społeczno-Kulturalnego, które skontaktowało Stowarzyszenie z panem Gallą.
**Ruch Autonomii Śląskiej**. Przesłali listę swoich kandydatów po kontakcie mailowym i telefonicznym.
**Partia Kobiet.** Kandydatci startowali z list SLD. Partia przekazała kontakty do warszawskich kandydatek.
**Obywatele do Senatu**. Kontakty z tym komitetem odbywały się jedynie drogą mailową. Nie udało nam się znaleźć żadnego numeru telefonu do komitetu. Obiecano nam przesłanie adresów mailowych, jednak nie doszło to do skutku. Nawiązaliśmy również kontakt z dwiema kandydatkami z list komitetu, jednak nie potrafiły one podać żadnych danych kontaktowych osoby mogącej posiadać wszystkie adresy mailowe.

Listy mailowe były zdobywane nie tylko telefonicznie – 5 wolontariuszy udało się do siedzib partii w 4 dużych miastach (Łódź, Wrocław, Lublin, Kraków). Zaowocowało to zdobyciem list adresów e-mail z 3 okręgów.
Kontakt z komitetem wyborczym, partią czy jej regionalnymi strukturami odpowiadającymi za kampanię wymagał wielokrotnych telefonów. Nie uzyskaliśmy żadnej listy adresów mailowych jedynie po kontakcie mailowym, jednak zawsze po rozmowie trzeba było przesłać do komitetu wiadomość z informacją o projekcie. Zdarzało się także, że byliśmy odsyłani pomiędzy różnymi osobami w sztabie i otrzymywaliśmy sprzeczne informacje odnośnie podziału obowiązku w partiach.
Otrzymanie listy adresów mailowych nie oznaczało posiadania adresów do wszystkich kandydatów z listy w danym okręgu. Część z osób startujących w wyborach albo nie korzystała z internetowych kont pocztowych albo ich adresy nie były znane osobom zajmującym się ich zbieraniem w komitecie. Zdarzało się, że osoby, z którymi rozmawialiśmy chciały wcześniej zapytać o zgodę kandydatów lub musiały najpierw skonsultować to z przełożonym. Niestety rzadko udawało się uzyskać zgodę w takich sytuacjach. Największe szanse na otrzymanie listy adresów dawał bezpośredni kontakt z koordynatorem.
Dotychczasowe sposoby kontaktowana się z kandydatami nie dawały wystarczających efektów. W związku z tym stowarzyszenie podejmowało różne niekonwencjonalne działania mające wytworzyć specyficzną modę na wypełnianie kwestionariusz.
Ten cel realizowała organizacja debaty kandydatów w ramach Ogólnopolskiego Forum Inicjatyw Pozarządowych. Dzięki zaangażowaniu MamPrawoWiedzieć w organizację debaty udało się skłonić do wypełnienia kwestionariusza ważne osoby z partii ogólnopolskich takie jak Ryszard

Kalisz, Jolanta Fedak, Małgorzata KIdawa-Błońska, Janusz Palikot, Małgorzata Gosiewska, Paweł Poncyljusz. Choć stoisko stowarzyszenia 61 w ramach pikniku OFIP było skierowane promocyjnie głównie do potencjalnych czytelników portalu dzięki naszej obecności udało się spotkać z kilkoma kandydatami.
Dodatkową motywacją dla kandydatów miało być również wypełnienie kwestionariusza przez ważne postacie polityki. W związku z tym od połowy września zostały zintensyfikowane kontakty z osobami z pierwszych miejsc na listach. Zespół borykał się z problemami zdobycia kontaktów telefonicznych do tego typu osób. Dzięki staraniom udało się nakłonić do wypełnienia kwestionariusza (np. Grzegorza Napieralskiego).
Staraliśmy się budować dumę z uczestnictwa w naszym projekcie zachęcając mailowo kandydatów który już wypełnili kwestionariusz do namawiania swoich kolegów partyjnych do uczestnictwa w projekcie. Staraliśmy się dotrzeć (telefonicznie, lub odwiedzając oficjalne konferencje) do znanych posłów, liderów partyjnych, aby wysłali naszą zachętę do wypełnienia kwestionariusza ze swojego adresu mailowego (np. Ryszard Kalisz, Małgorzata Kidawa-Błońska).
Innym niekonwencjonalnym sposobem było dotarcie do osób reprezentujących w mediach główne partie polityczne (Ryszard Kalisz, Tomasz Kalita, Małgorzata Kidawa-Błońska, Paweł Poncyljusz, Elżbieta Jakubiak, Janusz Palikot, Wanda Nowicka, Eugeniusz Grzeszczak, Mariusz Błaszczak) aby występowali na swoich konferencjach prasowych z naszym znaczkiem, a na koniec powiedziały publicznie, że wspierają akcję MamPrawoWiedziec.pl. Trudno powiedzieć jakie znaczenie i oddźwięk miało to działanie.

**Podsumowując zaproszenie zostało skierowane do 4720 kandydatów, na 5314 adresów e-mail.** Aby zwiększyć liczbę odpowiedzi członkowie zespołu telefonicznie namawiali kandydatów do wypełnienia kwestionariusza. Regularnie było wysyłane przypomnienie do osób, które nie udzieliły odpowiedzi na postawione pytania. Wysyłane były również listy zachęcające kandydatów do wypełnienia oraz informujące o chęci zapoznania się z ich poglądami poprzez przeczytanie wypełnionego przez nich kwestionariusza doświadczenia i poglądów.
W efekcie udało się zebrać 945 pełnych odpowiedzi na kwestionariusz, co stanowi niewiele ponad 20% zaproszonych i 12,5% wszystkich osób startujących w wyborach.




Oprócz telefonów staraliśmy się dotrzeć do kandydatów przez portale społecznościowe. Pomimo, że duża część z nich posiada profile na FaceBooku i Naszej Klasie to próby komunikacji za pośrednictwem tych kanałów zakończyły się fiaskiem. Kandydaci zakładają profile, jednak nie prowadzą stałej komunikacji z wyborcami za ich pośrednictwem, nawet jeśli wiadomość wpisuje się w profilu tak, że jest widoczna dla wszystkich odwiedzających. Doświadczenie projektu potwierdza zatem wnioski Instytut Spraw Publicznych z badania aktywności kandydatów w sieci, prowadzonego podczas kampanii przed wyborami samorządowymi 2010. Kandydaci nie wykorzystywali profili do interakcji z wyborcami. (ISP, 2010, Kampania w sieci)

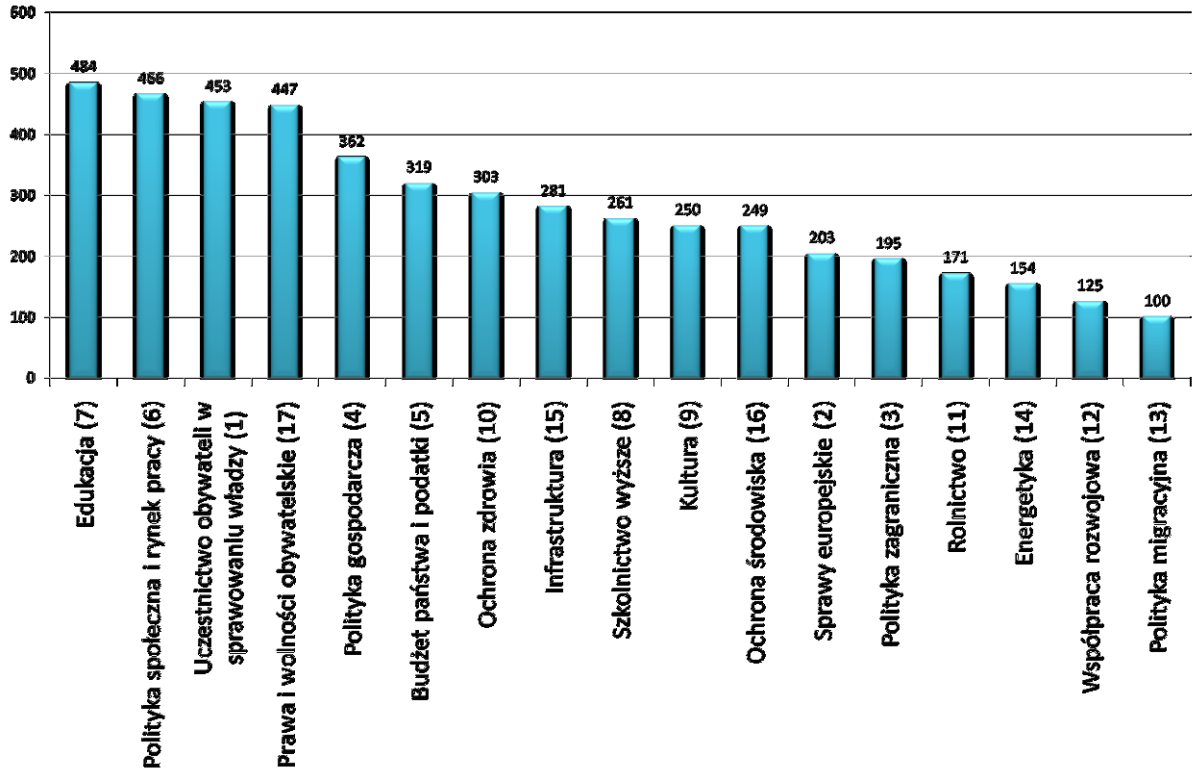
**Przyczyny nie wypełniania kwestionariusza**

Głównymi powodami niewypełnienia kwestionariusza, które deklarowali kandydaci było:

- traktowanie kwestionariusza jako pewnego rodzaju ćwiczenia (dzwoniliśmy do osób, które wypełniały kwestionariusz, żeby zobaczyć o jakie kwestie w nim pytamy, przećwiczyć odpowiadanie na tego typu pytania, jednak nie chciały publikować swoich opinii),
- brak specjalistycznej wiedzy i obawa przed publicznym okazaniem niepełnej wiedzy,
- niepełne rozumienie zasad realizacji projektu – np. kandydaci obawiali się, że pytania, których nie wybiorą będą wyświetlały się w ich profilach jako puste pola,
- brak czasu w kampanii wyborczej,
- niezadowolenie z budowy kwestionariusza – zdarzały się głosy, że kwestionariusz jest źle skonstruowany, stronniczy, za długi, za trudny.
- Nieumiejętność obsługi od strony technicznej i przejścia przez procedurę prowadzącą do publikacji kwestionariusza.

Liczyliśmy, że kandydaci, którzy sami zgłaszali chęć wypełnienia kwestionariusza będą tym żywo zainteresowani. Rzeczywistość okazała się jednak inna. Dość często zdarzało się, że osoby które zgłosiły się same już wcześniej otrzymały zaproszenie do wypełnienia kwestionariusza doświadczenia i poglądów na adres znaleziony przez wolontariuszy, który podawały też w swoim zgłoszeniu. Jeżeli podały do siebie telefon lub udało się znaleźć ich numer w internecie dzwoniliśmy do nich i wyjaśnialiśmy, że zaproszenie zostało już wysłane. Niektórzy nie mogli

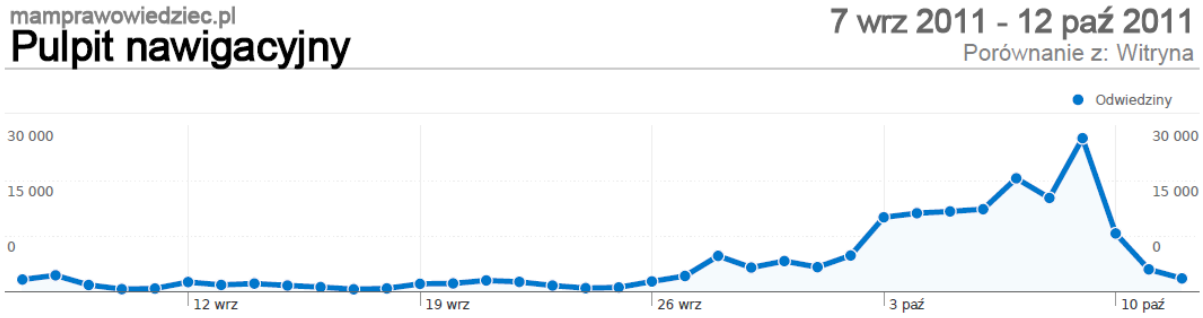
znaleźć zaproszenia w swojej skrzynce pocztowej, inni prosili od razu o przesłanie po raz drugi (lub nawet kolejny). Do niektórych kandydatów zaproszenie wysyłane było na adres przesłany przez komitet wyborczy, na adres znaleziony przez wolontariuszy oraz ten z samodzielnego zgłoszenia.
Byli jednak również kandydaci bardzo zainteresowani wypełnieniem kwestionariusza. Zgłaszali się kilka razy sami lub nie wiedząc o tym, że wysłanie zaproszenia nie następuje automatycznie dzwonili i pytali dlaczego rejestrując się 10 minut wcześniej jeszcze go nie otrzymali. Był to największy problem – kandydaci musieli czekać na link, przez co często w ogóle zapominali o swoim zgłoszeniu.




## Promocja skierowana do wyborców

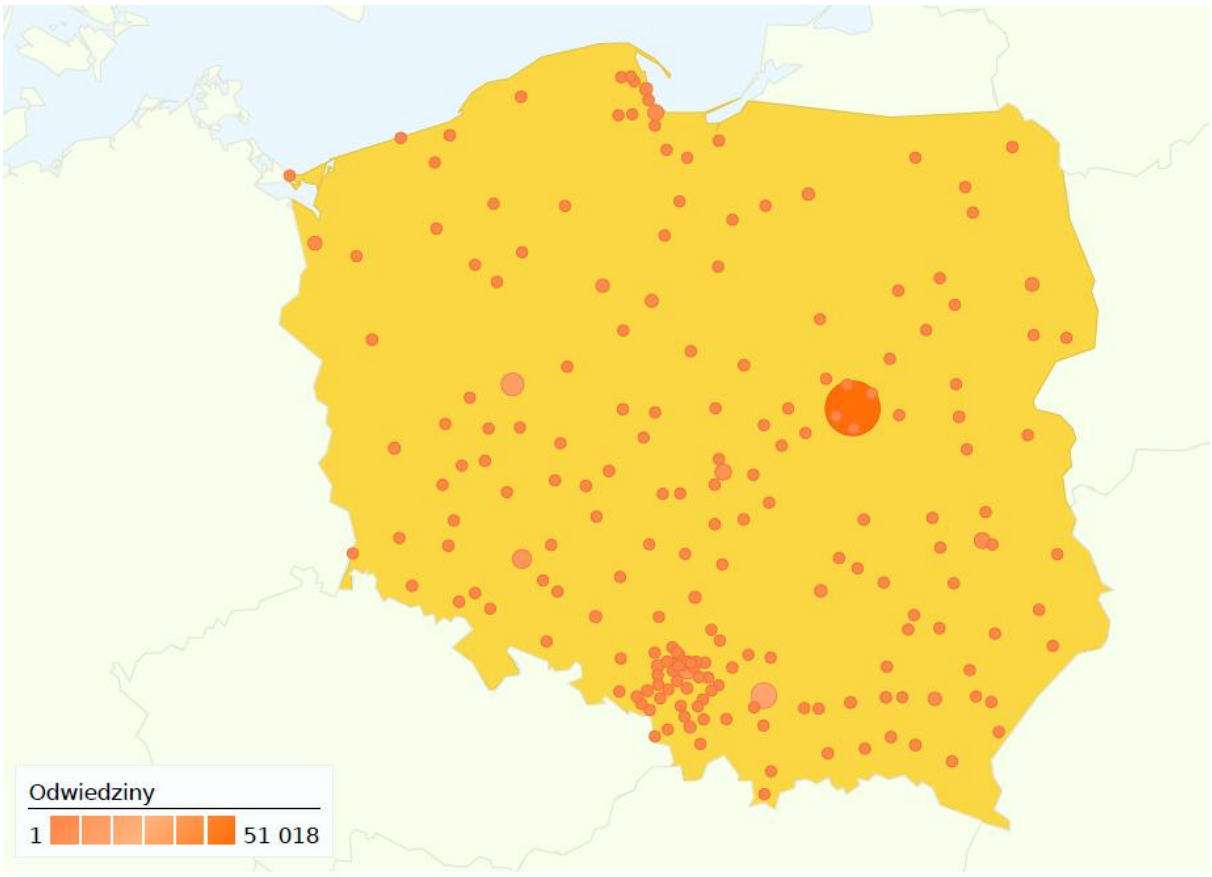
Promocja serwisu skierowana do obywateli prowadzona była przede wszystkim za pośrednictwem mediów oraz bezpośrednio - na portalach społecznościowych oraz w postaci wysyłki mailowej do działaczy samorządowych, organizacji pozarządowych, bibliotek publicznych i domów kultury. Zespół serwisu brał także udział w przygotowaniu debaty z kandydatami oraz wystawił stoisko w ramach pikniku Ogólnopolskiego Forum Inicjatyw Pozarządowych.

W efekcie działań promocyjnych serwis został odwiedzony prawie 200 tys. razy w ciągu 36 dni. Poniższy wykres obrazuje liczbę odwiedzin w poszczególnych dniach kampanii.




76% odwiedzin w tym okresie były pierwszą wizytą w serwisie. Prawie ¼ to ponowne odwiedziny. Większość osób celowo szukała naszego serwisu w Internecie. 28% wejść stanowiły bezpośrednie odwiedziny, kolejne 42% to efekt wyszukania strony za pomocą internetowej wyszukiwarki. Większość haseł z których użytkownicy odwiedzali serwis to jego tytuł „Mam Prawo Wiedzieć" oraz różne jego warianty. Oznacza to, że większość użytkowników szukała konkretnie tego serwisu, a nie po prostu informacji na temat kandydatów.

Średni czas spędzany w witrynie wyniósł 4:42 min, a przeciętny użytkownik serwisu przejrzał ponad 5 podstron w czasie jednej wizyty.



## Promocja w mediach

W związku z realizacją projektu przygotowaliśmy 13 informacji prasowych kierowanych do szerokiej bazy mediów ogólnopolskich i regionalnych bądź tworzonych na wyłączność dla zainteresowanych dziennikarzy. Poniższe tabele stanowią zestawienie wszystkich przygotowanych informacji.

| Lp. | Data wysyłki | Tytuł informacji | Opis | Uwagi |
|---|---|---|---|---|
| 1. | 2011.06.21 | Porównaj oświadczenia majątkowe senatorów - rok po roku! | Informacja o oświadczeniach majątkowych senatorów | Szeroka wysyłka, niezwiązana bezpośrednio z projektem Kandydaci 2011 |
| 2. | 2011.07.06 | Jak poznać kandydatów do parlamentu? | Informacja o serwisie i konferencji | Wysyłka do zielonogórskich dziennikarzy w związku z audytem i udziałem Róży w konferencji, niezwiązana bezpośrednio z projektem Kandydaci 2011 |
| 3. | 2011.08.12 | Co rejestrują senatorowie? | Informacja o rejestrach korzyści senatorów | Szeroka wysyłka, niezwiązana bezpośrednio z projektem Kandydaci 2011 |
| 4. | 2011.09.08 | Oni będą startować w wyborach! Sprawdź, kim są. Porównaj swoje poglądy | Informacja o starcie kwestionariusza | Szeroka wysyłka |
| 5. | 2011.09.14 | Debata: Fedak, Janiszewska, Kidawa-Błońska, Kalisz, Palikot, Poncyljusz<br>16 września, 17.30, Audytorium Maximum UW | Informacja o debacie w ramach OFIP-u | Wysyłka do mediów z siedzibą w okolicach Warszawy |
| 6. | 2011.09.19 | Są radnymi, chcą do Parlamentu! | Informacja o samorządowcach startujących do Parlamentu | Szeroka wysyłka |
| 7. | 2011.09.26 | Instrukcja świadomego głosowania | Informacja marketingowa o spocie | Wysyłka do mediów marketingowych |
| 8. | 2011.09.29 | Czemu kandydują do | Informacja o | Szeroka wysyłka |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Parlamentu? | motywach kandydatów | |
| 9. | 2011.10.04 | Polityka zagraniczna, stosunki z Białorusią, rolnictwo – jakie poglądy mają kandydaci? | Informacja o poglądach kandydatów na wybrane zagadnienia | Szeroka wysyłka |
| 10. | 2011.10.04 | Kandydaci zapolują z Komorowskim, Czarnecki wróży, kto wygra w wyborach | Informacja o dziwnych hobby kandydatów | Wysyłka do wybranych mediów (Fakt, Plotek, Pudelek, Kozaczek, Papilot) |
| 11. | 2011.10.05 | Igraszki na lewo | Komentarz dotyczący kampanii SLD | Wysyłka do wybranych mediów (Szkło kontaktowe, Polityka, Szymon Majewski, Kuba Wojewódzki) |
| 12. | 2011.10.06 | Parlament ostatniej kadencji nie odniósł sukcesów w ocenie kandydatów! | Informacja o tym, jak kandydaci oceniają ostatnią kadencję Parlamentu | Szeroka wysyłka |
| 13. | 2011.10.06 | Polska krajem przyjaznym imigrantom czy wprost przeciwnie? Co deklarują kandydaci? | Informacja o stosunku kandydatów do kwestii migracyjnych | Szeroka wysyłka |

## Statystyki wysyłane na wyłączność

| Rodzaj informacji | Redakcja | Dziennikarz |
|---|---|---|
| Dodatkowe informacje o radnych kandydujących do Parlamentu | Rzeczpospolita | Jarosław Kałucki |
| Gospodarka | Rzeczpospolita | Jarosław Kałucki |
| Ruch Palikota | Tygodnik Powszechny | Przemysław Wygnański |
| Prawa i wolności obywatelskie | Gazeta Wyborcza | Ewa Siedlecka |

Tworzyliśmy dwa rodzaje informacji kierowanych do mediów:

- dotyczące samego serwisu MamPrawoWiedziec.pl i podejmowanych przez nas działań
- merytoryczne opracowania dostępnych danych statystycznych o kandydatach i ich odpowiedzi na pytania z kwestionariusza.

Udało się także nawiązać współpracę z Telewizją Publiczną. Na koniec debat prowadzący zachęcali widzów do szukania informacji o kandydatach w serwisie MamPrawoWiedziec.pl.
Zostały również przygotowane:

Materiały do wkładki do Gazety Wyborczej w Wielkopolsce – Inicjatywy Obywatelskie

Informacja dla Opoki

Dwie wypowiedzi dla PAP-u

### DZIAŁANIA REKLAMOWE

Przygotowaliśmy spot promujący serwis, który był emitowany przez Telewizję Polską i Telewizję Internetową Ipla. Poniższe tabele stanowią zestawienie informacji o emisjach spotu.

| Kampania w TVP | |
|---|---|
| **TVP 1** | Czas: 03.10.2011<br>Liczba emisji: 5 |
| **TVP 2** | Czas: 29.09.2011 – 07.10.2011<br>Liczba emisji: 23 |
| **TVP Info** | Czas: 29.09.2011 – 07.10.2011<br>Liczba emisji: 39 |
| **TVP Polonia** | Czas: 01.10.2011 – 07.10.2011<br>Liczba emisji: 17 |
| **OTV (OTV Białystok, OTV Bydgoszcz, OTV Gdańsk, OTV Katowice, OTV Kraków, OTV Lublin, OTV Łódź, OTV Poznań, OTV Rzeszów, OTV Szczecin, OTV Wrocław, Telewizja Białoruś, WOT)** | Czas: 29.09.2011 – 07.10.2011<br>Liczba emisji: 500 |
| **Łączna liczba emisji w TVP:** | **584** |

| **Kampania w Ipli** | |
|---|---|
| **Czas:** | 26.09.2011 – 07.10.2011 |
| **Format:** | post-roll |
| **Liczba emisji:** | 1 240 119 |
| **Liczba kliknięć:** | 21 113 (w tym 16 766 pierwszych kliknięć i 4 374 kolejnych) |
| **Częstotliwość (tyle razy dana osoba widziała reklamę):** | 4,39 |
| **Zasięg kampanii:** | 282 005 internautów |
| **CTR (click through rate – stosunek liczby kliknięć do liczby emisji spotu):** | 1,7% |

### KAMPANIA W GOOGLE ADWORDS

Budżet kampanii: 450 zł (250 zł wkładu własnego, 200 zł od Google)

Całkowita liczba kliknięć: 3 046

Całkowita liczba wyświetleń: 10 098

Czas kampanii: 29.09.2011 – 09.10.2011




Kampania na frazy:

*Kandydaci do Sejmu, Kandydaci do Senatu, Kandydat do Sejmu, Wybory kandydaci, Kandydaci w wyborach, Kandydaci do wyborów, Kandydat do Senatu, Kandydaci wybory 2011, Wybory parlamentarne, Wybory do Sejmu, Wybory w Polsce, Wybory do Sejmu i Senatu, Wybory 2011, Wybory do Sejmu 2011, Wybory parlamentarne 2011, Wybory do Senatu 2011, Wybory 2011 termin, Wybory 2011 wyniki*

### POZYCJONOWANIE

Rozpoczęte 28.09.2011

Kampania na frazy: *wybory 2011 wyniki, wybory 2011 termin, wybory 2011, wybory do sejmu 2011, wybory do sejmu i senatu, wybory do senatu 2011, wybory parlamentarne 2011*

## Bezpośrednie formy promocji

W ramach promocji skierowanej bezpośrednio do wyborców przeprowadziliśmy wysyłkę informacji do:

- Organizacji pozarządowych
- Nauczycieli (we współpracy z Centrum Edukacji Obywatelskiej, akcja Młodzi Głosują)
- Domów kultury
- Bibliotek publicznych
- Działaczy samorządowych
- Znajomych

Przygotowany został poradnik wyborczy „Jak głosować?" w formie 10 krótkich filmików z odpowiedziami na najważniejsze dla wyborców pytania. Filmiki zostały opublikowane na YouTube i w specjalnej zakładce w serwisie oraz 35 razy na zewnętrznych stronach internetowych.

Zespół projektowy brał także udział w przygotowaniu Ogólnopolskiego Forum Inicjatyw Pozarządowych. Zajmowaliśmy się organizacją debaty kandydatów na temat roli trzeciego sektora w państwie. Niestety nie przyniosło to efektów promocyjnych w postaci wzmożonego ruchu na stronie czy większego zainteresowania mediów, jednak podniosło rangę serwisu w oczach komitetów wyborczych i pomogło w pozyskaniu wypełnionych kwestionariuszy uczestników.

Drugim działaniem związanym z OFIP był udział w pikniku organizacji pozarządowych. Nie odnotowaliśmy widocznych efektów promocyjnych udziału w imprezie.

### SERWISY SPOŁECZNOŚCIOWE

Głównym kanałem promocji w serwisach społecznościowych był serwis FaceBook.com.

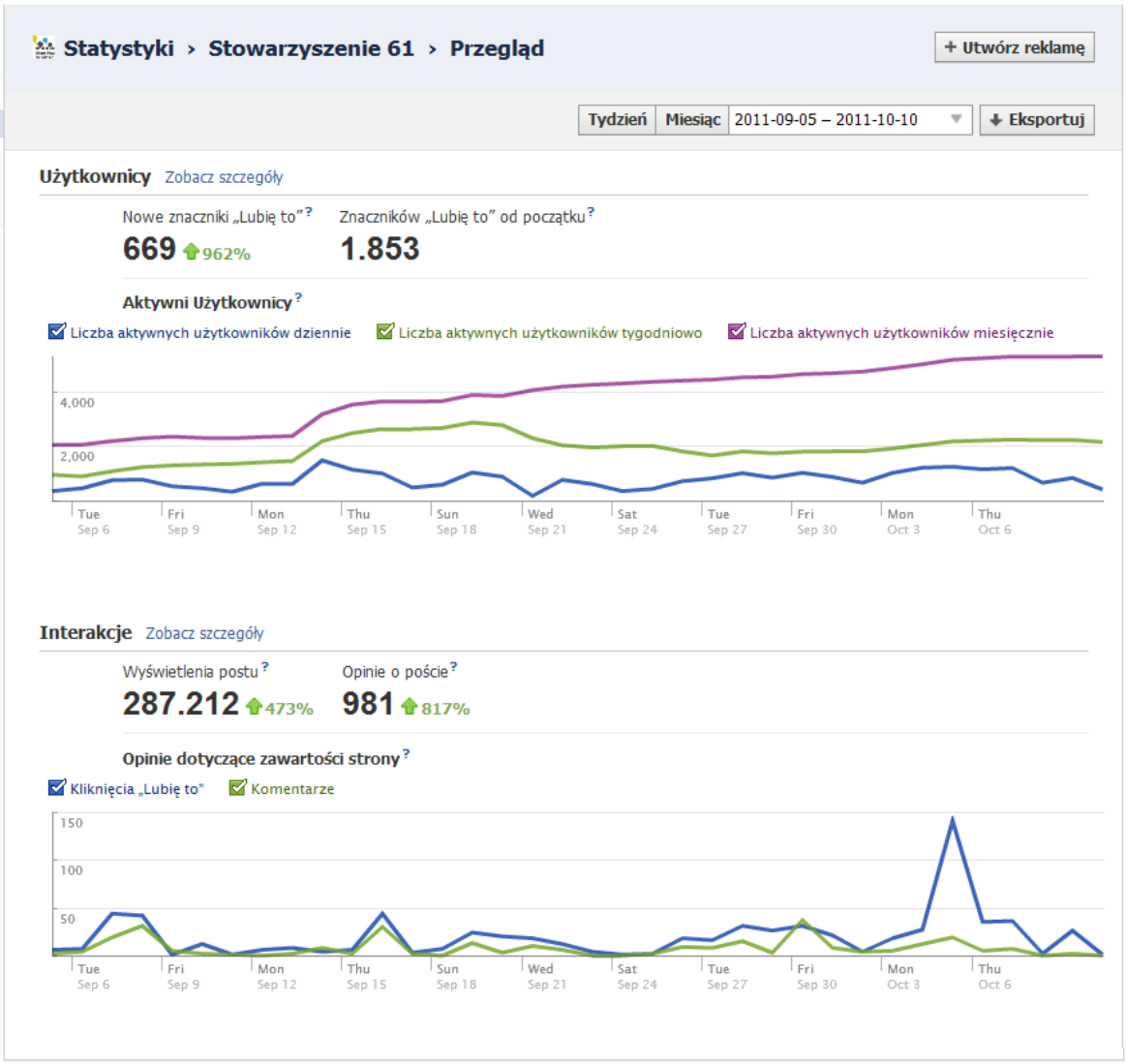
Liczba fanów – 1866 (dane z dnia 28.10.2011)

Charakterystyka fanów:

Stosunkowo równomierny rozkład według płci, z niewielką przewagą mężczyzn, najwięcej osób w przedziale wiekowym 25 – 34 lata (około 50%), potem 18 – 24 (około 30%) oraz 35 – 44 (około 10%).

To głównie mieszkańcy Warszawy (ponad 60%) oraz miast: Wrocławia, Poznania, Krakowa, Opola, Lublina, Gdańska, Olsztyna, Torunia, Zabrza i Rzeszowa.

Posługują się głównie językiem polskim oraz angielskim.




## WNIOSKI I REKOMENDACJE

Warto włączyć dziennikarzy do działań na etapie układania pytań – wtedy będzie im bardziej zależało na jego wypełnieniu, możliwe też, że sami napiszą o kwestionariuszu informację, że konkretne pytania zostały ułożone przez daną redakcję.

Należy podtrzymać zainteresowanie mediów serwisem MPW – pracownicy/ członkowie Stowarzyszenia 61 jako eksperci od różnych spraw.

Sprawdzają się informacje z ciekawymi statystykami, opracowanymi w jak najprzyjaźniejszy dla dziennikarza sposób.

Udział w imprezach i festynach nie przynosi rezultatów proporcjonalnych do koniecznego do ich przygotowania nakładu pracy.

# Wolontariusze

Przy projekcie współpracowało 39 wolontariuszy i 7 praktykantów. Jedna osoba odbywała praktyki zdalnie. Niektórzy wolontariusze pracowali zarówno w biurze Stowarzyszenia, jak i z domu (8 osób). Inni woleli pracować tylko z domu (7 osób). Pracowało z nami również 25 e-wolontariuszy z całej Polski. Były to zarówno kobiety, jak i mężczyźni. Pochodzili z dużych miast, ale również z małych miejscowości z całej Polski. Przy projekcie pracowało 7 osób, z którymi umowa jeszcze nie została podpisana. 6 osób zgłosiło chęć współpracy ze Stowarzyszeniem przy innych projektach. Od początku roku podpisanych zostało 46 umów wolontariackich.

## Zadania wolontariuszy i praktykantów

**prowadzenie researchu internetowego:** zadanie skupione na wyszukiwaniu informacji o osobach chcących startować w wyborach oraz ich adresów mailowych, aby możliwe było wysłanie do nich zaproszenia do wypełnienia kwestionariusza doświadczenia i poglądów.

**nawiązywanie kontaktu z komitetami wyborczymi:** celem tego działania było zdobycie od komitetów list mailowych do kandydatów. Wolontariusze nawiązywali kontakt z przedstawicielstwami regionalnymi partii. W zdecydowanej większości był to kontakt telefoniczny, nawiązywany z biura Stowarzyszenia w Warszawie. Kilku wolontariuszy udało się również do siedzib władz regionalnych partii, przedstawiło ideę projektu oraz poprosiło o przekazanie serwisowi list mailingowych. Niestety w zdecydowanej większości taka wizyta zakończyła się niepowodzeniem, choć być może przyniosła efekt w postaci informacji o projekcie rozesłanej do kandydatów bezpośrednio przez przedstawicieli komitetu, z którego startowali.

**nawiązywanie kontaktu z kandydatami :** celem było zachęcenie ich do wypełnienia kwestionariusza doświadczenia i poglądów, dokończenia jego wypełniania, jeżeli kandydat już je rozpoczął lub pytanie o zgodę na publikację kwestionariusza w serwisie kandydatów, którzy wypełnili go w znacznej części. Niektórzy wolontariusze z własnej inicjatywy podchodzili do kandydatów napotkanych na ulicy i zachęcali ich do wzięcia udziału w projekcie a tym samym wypełnienia kwestionariusza doświadczenia i poglądów.

**nawiązywanie kontaktu z kandydatami drogą elektroniczną:** wolontariusze wysyłali wiadomości zachęcające do udziału w projekcie, zarówno na znalezione adresy e-mail, jak i przez formularze kontaktowe na stronach internetowych kandydatów, portale społecznościowe takie jak „Facebook", „Nasza klasa" czy pisali notki na „Twitterze". Niestety kandydaci bardzo rzadko odpowiadali na wysłane do nich wiadomości. Pisane były też listy do kandydatów zachęcające ich do wypełnienia kwestionariusza. Niektórzy kandydaci na nie odpowiadali. Wysyłane też były maile do komitetów, z prośbą o przesłanie adresów mailowych. Robili to zarówno wolontariusze po rozmowie telefonicznej z biurem regionalnym danego komitetu, jak i wolontariusze, którzy w ten sposób chcieli zdobyć adresy mailowe do przeszukiwanych przez siebie okręgów.

**uzupełnianie i porządkowanie baz danych:** wolontariusze wykonywali też zadania związane z ujednolicaniem czy tworzeniem baz danych używanych w projekcie.

Wolontariusze i praktykanci pracowali przy tych samych zadaniach. Przydzielane były one zawsze w porozumieniu z wykonującą je osobą. Jeżeli ktoś nie chciał nawiązywać kontaktu telefonicznego z komitetami czy kandydatami, zajmował się np. prowadzeniem researchu.

Zadania były dość monotonne i nudne, jednak wolontariusze nie skarżyli się na to. Kwestia ta została podniesiona przez kilka osób dopiero w ankiecie ewaluacyjnej. Zdecydowana większość widziała w nich jednak korzyść polegającą na dowiedzeniu się więcej o kandydatach, ordynacji wyborczej, zwiększeniu swojej świadomości wyborczej.

**Narzędzia współpracy z wolontariuszami i praktykantami**

**Komunikacja**

Komunikacja, zgodnie z preferencjami wolontariuszy prowadzona była głównie drogą mailową, co było niezwykle czasochłonne i prowadziło do wymiany nierzadko kilku maili w sprawach, które wyjaśnić można było podczas dwuminutowej rozmowy telefonicznej. W ankiecie ewaluacyjnej nie narzekali jednak na to. Było to problematyczne dla koordynatorki wolontariuszy. Być może dobrym rozwiązaniem jest komunikowanie się za pomocą programu Skype, który umożliwia prowadzenie konferencji. Byłaby to namiastka spotkań zdalnych wolontariuszy.

**Podstrona dla wolontariuszy**

Uruchomiona została specjalna podstrona, która w zamierzeniu miała ułatwiać komunikację z wolontariuszami. Choć zawierała opcję komunikowania się wolontariuszy nie byli zainteresowani korzystaniem z niej. Jedyną praktyczną funkcją strony była lista zadań. Każdy z nowo-zgłaszających się wolontariuszy musiał zapoznać się z nimi by móc wybrać zadanie odpowiednie dla siebie.

**Spotkania wolontariuszy:**

Podczas trwania projektu odbyło się jedno spotkanie wolontariuszy oraz osób zainteresowanych współpracą w tym właśnie charakterze. Następnie odbywały się tylko spotkania zespołu oraz wolontariuszy czy praktykantów, którzy akurat w tym czasie przebywali w siedzibie Stowarzyszenia. W ankiecie ewaluacyjnej został podniesiony temat organizacji spotkań. W czasie podsumowania stwierdzone zostało, że takie spotkania powinny się odbywać raz lub dwa razy na tydzień oraz mieć charakter burzy mózgów dotyczącej planowania kolejnych etapów pracy przy projekcie. Wolontariusze mieliby wtedy poczucie wpływu na strategię działania organizacji i ważności swojego zdania.

## WNIOSKI I REKOMENDACJE

- Miejsce w serwisie poświęcone wolontariuszom powinno zawierać informacje dla nich i aktualną listę zadań, jednak nie ma zainteresowania aspektem społecznościowym takiej platformy.
- Można spróbować włączać e-wolontariuszy w spotkania zespołu w formie telekonferencji na Skype.