

Dobiega końca rekordowo długa kadencja samorządu i rekordowo krótka kampania wyborcza

data aktualizacji: 2024.03.27 autor: Anna Wójcik-Brzezińska



(fot.arch.)

Trzeba przyjąć do wiadomości, że zaufanie stało się towarem deficytowym. Z drugiej jednak strony pamiętać, że samorządy lokalne to najbardziej demokratyczne przestrzenie w kraju. Starczy przypomnieć, co nie całkiem wprost wybrzmiewa - w głównej mierze opór wójtów, burmistrzów i prezydentów miast, którzy stanęli po stronie obywateli, wzmogło fiasko przeprowadzenia w kraju wyborów kopertowych prezydenta RP. W powiecie skierniewickim żaden z samorządów nie przekazał danych obywateli Poczcie Polskiej.

O zbliżających się wyborach samorządowych, prognozowanej frekwencji rozmawiamy z dr Przemysławem Potockim, skierniewiczaniec, wykładowcą na Uniwersytecie Warszawskim.

Niemrawa, bezprogramowa, krótka... Jak pan ocenia trwającą kampanię wyborczą?

Dr Przemysław Potocki: - Wydaje się, że ze względu na jednak stosunkowo krótki odstęp czasu od kampanii parlamentarnej, ona pozostaje dosyć mocno w cieniu tamtych wyborów. To z kolei

przekłada się na zainteresowanie ludzi kwestiami publicznymi, politycznymi.

Wydaje się również, że po tej jednak bardzo intensywnej kampanii parlamentarnej ludzie są zmęczeni polityką – także tą lokalną, stąd wrażenie mniejszego poziomu zainteresowania tymi kwestiami.

Poza tym jednak ta kampania pozostaje w cieniu dosyć istotnych wydarzeń na arenie krajowej i europejskiej. Trwa wojna w Ukrainie, i wiele wskazuje na to, że szybko się nie zakończy. Są jeszcze czynniki ekonomiczne – wysoka inflacja, problemy branży rolniczej. Wszystkie to przekłada się na zainteresowanie Polaków kwestiami bieżącymi.

Jesteśmy zmęczeni.

– Dokładnie. Chcę natomiast zwrócić uwagę na jeszcze jeden czynnik, który może nam umknąć w opisie rzeczywistości. Do głosu dochodzi nowe pokolenie, to znaczy ludzie, którzy dorośli, wychowali się w okresie III RP i wydaje się, że oni mają inny pomysł na politykę. Przede wszystkim oni swoją aktywność wyrażają w mediach społecznościowych. Po drugie jednak ci ludzie chyba nie za bardzo chcą funkcjonować w tym dychotomicznym podziale konserwatyści versus liberałowie. Dali temu wyraz 15 października.

Czy po świętach Wielkiej Nocy obywatele ustawią się w kolejkach do lokali wyborczych? Jak pańskim zdaniem wyglądać będzie frekwencja?

– Im większa miejscowość, tym zainteresowanie wyborami samorządowymi będzie większe. Nie sądzę natomiast, by frekwencja była podobna tej z października 2023 r. Przypomnę, że wówczas w Polsce nie odbyły się zwykłe wybory, to był plebiscyt. Spór był bardzo wyrazisty, jednoznaczny, emocje silne i to było głosowanie za pewnym systemem wartości, spojrzeniem na kierunek rozwoju kraju.

Czy znajdziemy powód, żeby pójść do wyborów samorządowych?

– W zasadzie mówimy o różnych wyzwaniach, chociaż one są wbrew pozorom bardzo podobne. Niezależnie od tego, o którym szczeblu samorządu mówimy – gminie, powiecie, czy województwie najważniejsze pozostają kwestie związane z demografią. Polska się starzeje naprawdę szybko – dużo szybciej niż zakładały nawet najbardziej pesymistyczne prognozy. I ta sytuacja tworzy wyzwania, z którymi dotychczas nikt nie miał do czynienia.

Tyle że demografia samorządów nie interesuje, czytając programy wyborcze, można odnieść wrażenie, że mamy młode społeczeństwo.

– Również odnoszę wrażenie, że definiując największe wyzwanie dla samorządów w najbliższych latach, rozmawiamy jednocześnie o problemie marginalnym. Być może dzieje się tak dlatego, że środowisko seniorów nie ma takiej siły przebicia, jak inne grupy społeczne, zawodowe, inne dynamiczne środowiska...

Starość nie ma atrakcyjnego oblicza, wyraźnie nie nadaje się do pokazywania w mediach społecznościowych. Ale to seniorzy mają dużą dyscyplinę, gdy chodzi o udział w głosowaniach.

– Starzejące się społeczeństwo jest faktem i wyzwania, które rodzi to nie tyle perspektywa, co rzeczywistość. Te wybory konfrontują nas z kwestiami, jak w ogóle ma wyglądać dalszy rozwój samorządów. Być może takim kołem zamachowym dla polskiej gospodarki, impulsem, który będzie miał przełożenie na lokalne rynki pracy, będzie kwestia odbudowy Ukrainy.

Z tym zastrzeżeniem, że nie wiemy, kiedy ten konflikt się zakończy.

– Zgadza się i być może Polska będzie zmuszona do zwiększenia finansowania różnych wydatków związanych z obronnością, zresztą to w tym kierunku zmierza.

A to dobrze dla samorządów nie rokuje.

- I po trzecie ważnym i koniecznymi do poruszenia podczas kampanii kwestiami są tematy ekologiczno-klimatyczne.

Akurat o tym nie potrafimy rozmawiać.

- Na poziomie lokalnym tak się dzieje, bo dyskutujący uzbrojeni są w retorykę internetu, czyli nie rozmawiają o faktach.

Pozostaje dwuplemienna narracja. Internet raczej należy traktować jako coś, co pogarsza jakość tej debaty.

- Tyle że osoby poniżej 40 roku życia - na to wskazują różne badania - korzystają przede wszystkim z internetu. To jest dla nich platforma debaty. Być może to oczekiwanie racjonalnej dyskusji, to jest jakieś złudzenie?

Wybory samorządowe zostały sprowadzone do kampanii wizerunkowej, nie programowej, kandydatów.

- Nie ma się co obrażać na rzeczywistość - kandydaci budują swoją rozpoznawalność. Pewne przerysowanie wizerunkowe to z kolei konsekwencja naszego funkcjonowania w mediach społecznościowych, gdzie, aby zaistnieć, musisz pewne cechy wyeksponować, nawet za cenę pewnego przerysowania. To jest raczej podążanie za trendem.

Gdzie miejsce na programy wyborcze, debatę o sprawach ważnych?

- Osobiście uważam, że jeśli chodzi właśnie o te kwestie, to być może na poziomie ustawowym należałoby rozważyć wprowadzenie takiego swoistego wymogu, jasnego zadeklarowania programu wyborczego. Każdy kandydat, kandydatka musieliby przedstawić swój program. Takie rozwiązanie wyczerpywałoby postulat rozliczania kandydatów z deklaracji politycznych. Ułatwiałoby obywatelom dokonywanie dalszych wyborów.

Słowo kluczowe, które się pojawiło w polskiej polityce w ostatnich latach, to jest sprawczość. Tego oczekujemy od tych, którym pozwalamy rządzić w naszym imieniu.

Dziś w programach wyborczych znajdują takie michałki jak - mamy dobre chęci, entuzjazm i zapał do działania.

- Wydaje mi się, że taka strategia wizerunkowa jest też swego rodzaju reakcją na to, czego ludzie oczekują. Może wyborcy zostali ostatecznie pozbawieni złudzeń, czy oczekiwanie, że politycy po wyborach zaczną realizować obietnice złożone w kampanii.

Normalność oznacza przewidywalność działania, a jaka jest jakość tych działań, czy decyzji, to jest kwestia drugorzędna.

Być może też doszliśmy do takiego poziomu rozwoju społecznego i ekonomicznego, gdzie ludzie chcą, żeby utrzymać to, co jest.

W tych wyborach samorządowych wielu kandydatów szuka sposobu, by w materiałach wyborczych logotypu partii nie było. Są kandydaci, którzy startują z listy PiS, ale mówią o sobie bezpartyjni. Z drugiej strony przez wojenkę między lokalnymi liderami logotyp Koalicji Obywatelskiej również bez nachalności pojawia się w materiałach wyborczych. Partie nie pasują w Skierniewicach do samorządu?

- To jest dobre pytanie, dlaczego nie ma tych partii. Myślę, że gdyby okazało się, że strategia o partyjności czy polityczności, bo to nawet szerzej należy rozpatrywać, jest skuteczna, to po prostu ci, którzy mają jakieś tam swoje sympatie, czy preferencje partyjne, wyrażaliby je otwarcie. Wyraźnie uznano, że polityczny atrybut nie jest na tyle atrakcyjny w oczach wyborców, czy po prostu obywateli, że warto go traktować jako atut.

Naturalne jest natomiast to, że po każdym przegranych wyborach – niezależnie o którym ugrupowaniu mówimy, ta partia jest wizerunkowo w defensywie i wiadomo, że partyjna legitymacja może być obciążeniem.

Wiadomo też, że szeroka strategia kooperacyjna zasypywania podziałów politycznych jest korzystna. Wyraźnie na poziomie polityki lokalnej jednak ta demokracja chyba się lepiej jakoś skonsolidowała, bo jest świadomość tego, że mamy cykl wyborczy i za te 4 lata będziemy po prostu musieli sobie znowu spojrzeć w twarz.

Jak pan ocenia, jako politolog, strategię przedstawiania w wyborach samorządowych kandydata na zastępcę wójta, burmistrza prezydenta?

- Myślę, że warto wiedzieć, z kim chce ktoś współpracować, nawet, chociażby po to, żeby mu zadać konkretne pytania programowe – jakie jest jego spojrzenie na daną kwestię, jakie ma postulaty, pomysły, które chce zrealizować.

No i tak naprawdę, powiedzmy, dzięki temu wyborca nie głosuje na tego przysłowiowego kota w worku, tylko już tutaj te pomysły mają konkretną treść, są opatrzone czyjąś twarzą.

Jakie pytanie zadałby pan wszystkim kandydatom na prezydenta Skierniewic?

- Jaki mają pomysł na współpracę z konkurentami po wyborach.

Dr Przemysław Potocki – doktor nauk o polityce (2007), pracownik naukowo-dydaktyczny Wydziału Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych UW. Współpracuje z Uniwersytetem Otwartym UW. Realizował m.in. projekt badawczy „Specjaliści z zakresu cyberbezpieczeństwa w polskim sektorze finansowym: kryteria rekrutacyjne, warunki pracy, perspektywy rozwoju zawodowego” (2018/2019), projekt badawczy dotyczący potrzeb seniorów na poziomie lokalnym (2018). Doświadczenie w sektorze badań marketingowych. Autor ekspertyz zakresu marketingu politycznego. Członek Rady Naukowej Muzeum Historycznego Skierniewic. Współpracownik think tanku Foundation for European Progressive Studies (FEPS). Współzałożyciel fundacji Centrum im. Ignacego Daszyńskiego.

Źródło:

<https://skierniewice.eglos.pl/aktualnosci/item/43345-dobiega-konca-rekordowo-dluga-kadencja-samorzadu-i-rekordowo-krotka-kampania-wyborcza>