

Temat: KAMPANIE WYBORCZE**1. Co to jest kampania wyborcza?**

Kampania wyborcza jest to zespół działań realizowany przy pomocy mediów masowych przez konkurujące ze sobą partie polityczne w celu zdobycia władzy. Realizowana jest poprzez prezentowanie własnych poglądów, celów z programu partii lub samodzielnego programu kandydata. Organizowane są zwłaszcza w okresie poprzedzającym wybory prezydenckie, parlamentarne i samorządowe.

2. Zasady prowadzenia kampanii wyborczych określają przepisy prawa

wyborczego. Kampania wyborcza zaczyna się w dniu ogłoszenia rozporządzenia prezydenta o wyborach, a kończy się 24 godziny przed dniem głosowania. W czasie jej trwania organizowane są zgromadzenia wyborców, wywieszane są plakaty, rozdaje ulotki. Zabroniona jest kampania wyborcza, która zakłóca funkcjonowanie instytucji publicznych oraz prowadzona na terenie jednostek wojskowych, w oddziałach obrony cywilnej i w koszarach jednostek policyjnych.

3. Proces budowy strategii kampanii wyborczej:

1. wyznaczenie celów kampanii,
2. analiza czynników potrzebnych do skutecznej realizacji kampanii- m.in. popularność partii, miejsce na liście wyborczej, metoda przeliczania głosów, układ sił, aktualne nastroje polityczne;
3. zdefiniowanie elektoratu - określenie grupy społecznej, oczekiwań, wymagania oraz ich opinie
4. wybór tematu kampanii
5. planowanie kampanii - szczegółowy przebieg, zaplanowanie kalendarza
6. budowa taktyki
7. określenie środków niezbędnych do wykonania zadań- zaplecze finansowe i organizacyjne.

4. Hasło wyborcze.

Istotnym elementem każdej kampanii jest hasło wyborcze, nazywane także sloganem. Jest to zwięzłe, chwytliwe sformułowanie, które w efektywnej formie prezentuje kandydaturę konkretnej osoby startującej w wyborach.

Istotne cechy hasła wyborczego to: zrozumiałość, atrakcyjność, oryginalność, adekwatność, nieszkodliwość, zapamiętywalność.

5.Strategie kampanii wyborczej

Istnieje kilka podziałów strategii kampanii wyborczych:

a) ze względu na podejście do zdobywania nowych wyborców, m.in.:

- 1) defensywne - partia nie zamierza poszukiwać nowego elektoratu
- 2) ofensywne - partia jest nastawiona na zdobywanie nowych wyborców

b) ze względu na stopień koncentracji na kandydacie/rywalach:

- 1) pozytywna - promowanie własnego kandydata
- 2) negatywna - działania skoncentrowane na rywalach

c) ze względu na otwarcie rynku wyborczego:

- 1) podtrzymywania lojalności partyjnej - rynek mały i zamknięty
- 2) nowych zdobywczy - duży rynek i otwarty

d) ze względu na znajomość rynku przez elektorat:

- 1) penetracji rynku - wykorzystuje istniejące na stabilnym rynku możliwości
- 2) utrzymania rynku - poszukuje nowych rozwiązań aby utrzymać i poszerzyć dotychczasowy rynek wyborczy
- 3) nowych przedsięwzięć - prezentowanie nowej, nietestowanej oferty politycznej
- 4) wzrostu - rozszerzenie istniejącego rynku oraz zmiana treści oferty politycznej
- 5) rozwoju rynku - wyjście z ofertą poza istniejący rynek lub zmianę treści oferty politycznej