

Stowarzyszenie 61

Sprawozdanie merytoryczne z działalności w 2014 r.

Stowarzyszenie 61 jest niezależną, pozapartyjną organizacją pozarządową, która stawia sobie za cel budowanie ogólnodostępnego systemu informacji o osobach pełniących wybieralne funkcje publiczne.

Udostępniamy obywatelom informacje na temat sposobu realizowania mandatu, poglądów oraz doświadczenia osób pełniących funkcje publiczne. Prowadzimy obywatelski serwis i bazę danych MamPrawoWiedziec.pl. Nasze działania realizują ideę e-demokracji, zapewniają dostęp do rzetelnej, zsyntetyzowanej i możliwej do porównywania przy użyciu elektronicznych narzędzi, informacji.

Serwis MamPrawoWiedziec.pl to stale aktualizowana baza informacji o posłach, senatorach, posłach do Parlamentu Europejskiego oraz prezydentach miast. Interesują nas m.in.: kariera polityczna i zawodowa, aktywność społeczna, poglądy, oświadczenia majątkowe. W serwisie udostępniamy bazę kluczowych głosowań Sejmu, rejestr głosowań posłów oraz projekty ustaw. W celu uniknięcia subiektywizmu mediów i zapewnienia jakości informacji gromadzone dane pochodzą bezpośrednio od reprezentantów i ich ugrupowań politycznych, z bazy danych Państwowej Komisji Wyborczej, oficjalnej strony Sejmu RP, bazy KRS, słowników biograficznych oraz innych archiwów i publikacji. Dane zbierane są zgodnie z wypracowaną metodologią z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi informatycznych i zaprojektowanej dla serwisu grafiki i funkcjonalności.

Tworząc serwis, pomagamy obywatelom w dokonywaniu wyboru reprezentantów, w ustaleniu, kto i jakim skutkiem reprezentuje ich interesy, ocenie, w jakim stopniu spełniane są obietnice wyborcze. Dajemy możliwość samodzielnego porównania poglądów polityków z opiniami użytkowników serwisu. Przyczyniamy się, między innymi, do częstszego i bardziej świadomego udziału Polaków w procedurach demokratycznych, a w szczególności do podniesienia frekwencji wyborczej, do tego, aby podejmowane przez obywateli wybory były racjonalne i w mniejszym stopniu uwarunkowane wpływem marketingu politycznego, wreszcie, do zwiększenia jawności i uczciwości w życiu publicznym.

Źródłem dobrych praktyk są dla nas organizacje zajmujące się monitorowaniem osób pełniących wybieralne funkcje publiczne, działające w innych krajach (np. www.vote-smart.org, www.theyworkforyou.com, www.smartvote.ch).

W okresie kampanii wyborczych w Polsce inicjujemy projekty, które zachęcają kandydatów do deklarowania motywacji i poglądów, a wyborców do świadomego wybierania swoich przedstawicieli. Do 2014 r. przeprowadziliśmy pięć takich projektów w latach: 2007 (kandydaci do Parlamentu oraz wybrani posłowie), 2009 (kandydaci do PE), 2010 (kandydaci na urząd Prezydenta RP oraz kandydaci w wyborach do samorządu) oraz 2011 (kandydaci do Parlamentu). W 2013 r. zaczęliśmy przygotowania do projektu monitorowania kandydatów w wyborach do PE w 2014 roku.

Do 2014 r., przez 8 lat działalności, na nasze kwestionariusze odpowiedziało ponad 2000 osób kandydujących na funkcje publiczne.

Przygotowywane przez nas informacje to także poradniki dla obywateli, tłumaczące m.in. prawa wyborcze obywateli, rankingi, merytoryczne informacje prasowe analizujące poglądy polityków.

Rok wyborczy

W 2014 r. Stowarzyszenie 61 realizowało cztery główne działania:

- zbieranie i upublicznianie w serwisie MamPrawoWiedziec.pl danych o osobach pełniących funkcje

publiczne;

- opracowanie kwestionariusza, ustalenie i upublicznienie poglądów kandydatów w wyborach do Parlamentu Europejskiego;
- opracowanie kwestionariusza, ustalenie i upublicznienie poglądów kandydatów w wyborach samorządowych w Warszawie oraz wsparcie dla inicjatyw lokalnych działających w ramach akcji Masz Głos-Masz Wybór;
- zakładanie lokalnych MamPrawoWiedziec.pl.

Aktualizacja danych: zbieranie i upublicznianie w serwisie MamPrawoWiedziec.pl danych o osobach pełniących funkcje publiczne.

W 2014 r. serwis MamPrawoWiedziec.pl był na bieżąco aktualizowany o informacje o parlamentarzystach i prezydentach miast: dane podstawowe, biografie, oświadczenia majątkowe, obietnice wyborcze i poglądy. Bazę głosowań uzupełnialiśmy po każdym posiedzeniu Sejmu RP (średnio dwa razy w miesiącu).

We wrześniu 2014 r. strona została rozbudowana o dwie zakładki: Sejm Kontraktowy i Rząd Tadeusza Mazowieckiego zawierające krótkie biogramy parlamentarzystów i ministrów. Zakładka powstała z okazji rocznicy powołania pierwszego rządu III RP.

Analiza i opracowanie danych.

W okresie przedwyborczym analizy i zestawienia dotyczyły wyborów samorządowych (m.in. teksty prezentujące poglądy kandydatów). Na bieżąco przygotowywaliśmy opisy posiedzeń Sejmu RP, a także, dodatkowo, opisy posiedzeń PE. Nad publikacjami pracowali wolontariusze i badacze - członkowie zespołu. Teksty były sprawdzane przez osobę odpowiedzialną za analizy i przez redaktora. Wszystkie opracowania są dostępne pod adresem: serwis.mamprawowiedziec.pl. Nasze teksty publikowaliśmy na zewnętrznych platformach blogowych takich jak: tokfm.pl/Tokfm/u,mamprawowiedziec.html; mamprawowiedziec.natemat.pl oraz w serwisie 300polityka.pl.

O nowych analizach informowaliśmy m.in. za pośrednictwem newslettera, którego w 2014 r. opublikowaliśmy 10 numerów. Archiwalne wydania dostępne są pod linkiem: mamprawowiedziec.pl/strona/newsletter-archiwum.

Analizy były wykorzystywane przez serwisy: Wyborcza.pl, portalsamorzadowy.pl, ngo.pl.

Tytuły wybranych analiz i opracowań, które powstały w 2014 r.: ●27 sierpnia – oficjalny start kampanii wyborczej ●Prezydent na lata. Kto rządzi w miastach? ●W niedzielę wybory uzupełniające do Senatu ●W Senacie bez zmian ●Wrzesień kobiet w polityce ●Mazowsze: o jakich obietnicach europosłów warto pamiętać ●Listy komitetów - niby to samo, a jednak różnie ●Europoselskie poglądy ●Komitety ogólnopolskie to głównie partie polityczne ●O samorządzie w Sejmie ●To są nasze wybory ●Skąd się wzięły prezydentki? ●Kto chce rządzić miastami? ●Chcesz napisać maila do kandydata? Najpierw musisz zdobyć jego adres. ●Kto chce zarządzać Warszawą? ●Reprywatyzacja, mieszkania, inwestycje, rewitalizacja Pragi i współpraca z gminami wokół – o czym nie przeczytamy w ulotkach wyborczych? ●Analiza: kandydaci na prezydenta Warszawy odpowiadają na główne problemy miasta ●Na kłopoty prezydent. Jak z problemami ośmiu największych polskich miast chcą sobie poradzić kandydaci? ●Porównaj swoje poglądy z opiniami kandydatów na prezydenta Warszawy ●Mglicy frontmeni warszawskich list wyborczych ●Różni czy podobni? Na ile kandydaci na prezydenta Warszawy zgadzają się w swoich poglądach ●Rada Warszawy: PiS urósł, ale Rada stoi za HGW ●Posłowie, którzy wybrali samorząd ●40 debiutantów w Ratuszach ●Sejm się rozpędza. Nad czym głosował w 2014 r.

Wybory do Parlamentu Europejskiego

Wiosną 2014 Stowarzyszenie 61, po raz szósty przeprowadziło przedwyborczy projekt zachęcający obywateli do świadomego głosowania na kandydatów, tym razem w wyborach do Parlamentu Europejskiego – najskuteczniejszy do tego czasu, jeśli chodzi o wzmocnienie wizerunku serwisu.

Jako jedyni w Polsce wysłaliśmy do kandydatów kwestionariusz, w którym pytaliśmy się o doświadczenie, motywację, poglądy i plany na najbliższą kadencję PE. Tak jak zakładaliśmy - uzyskaliśmy odpowiedzi 20 proc. kandydatów – w tym blisko połowę jedynek list wyborczych. Kwestionariusze publikowaliśmy w indywidualnych profilach kandydatów w serwisie MamPrawoWiedziec.pl, przy czym każdy kandydat miał swój podstawowy profil, nawet jeśli nie przesłał odpowiedzi.

Przed wyborami użytkownicy mogli nie tylko w prosty sposób (wpisując kod zamieszkania) sprawdzić, kto startuje z ich okręgu, ale również porównać swoje poglądy z kandydatami, którzy wypełnili kwestionariusz. Skorzystało z tej możliwości ponad 9000 użytkowników.

Jako pierwsi i jedyni w Polsce opublikowaliśmy nieoficjalną listę kandydatów (na podstawie doniesień medialnych i partyjnych) z podziałem na okręgi i krótkim opisem kandydata, który przygotowali nasi badacze i wolontariusze.

Opracowaliśmy i opublikowaliśmy ponad 40 analiz (w tym 4 duże raporty z infografikami i animacjami) dotyczących roli i zadań Parlamentu Europejskiego, podjętych decyzji, działań polskich europosłów, wyzwań nowej kadencji, a także dotyczących procesu wyborczego i kandydatów.

Przygotowaliśmy poradnik wyborczy, infografiki oraz 4 filmiki w przystępny sposób tłumaczące proces wyborczy (w tym jeden dla Polonii w partnerstwie z akcją „Jesteś u siebie, zagłosuj” skierowaną do polskich obywateli zamieszkujących kraje UE). Kampanię promocyjną prowadziliśmy w serwisach społecznościowych, mediach elektronicznych oraz publicznych ekranach wideo (ideę świadomego głosowania promowały m.in. spoty).

Zorganizowaliśmy spotkania informacyjne o wyborach i Parlamencie Europejskim dla dziennikarzy, zostaliśmy zaproszeni jako eksperci do przygotowania przedwyborczych debat telewizyjnych w publicznej, ogólnopolskiej telewizji TVP. Dr. Ewa Modrzejewska, koordynująca projekt została zaproszona jako ekspert półgodzinnych, cotygodniowych audycji w publicznym radiu RDC. Przez kolejnych 7 tygodni informowała, czym jest i w jaki sposób pracuje Parlament Europejski. Wielokrotnie występowaliśmy w innych mediach proszeni o komentarz zarówno do samego procesu wyborczego, jak i roli i decyzji PE oraz polskiej reprezentacji.

Nawiązaliśmy współpracę z kilkudziesięcioma organizacjami i inicjatywami, a pytania z kwestionariusza MamPrawoWiedziec.pl były zadawane na przedwyborczych debatach z kandydatami (m.in. jako partner cyklu Europa Cafe, debaty Młodzi dla Europy, Warszawskiej Debaty Wyborczej i innych).

Nasze materiały informacyjne były wykorzystywane nie tylko przez lokalne media, ale również przez organizacje prowadzące projekty skierowane do młodzieży (w tym do szkół) m.in. Centrum Edukacji Obywatelskiej i „Młodzi Głosują”, Polską Radę Organizacji Młodzieżowych i Ligę Młodych Wyborców, Polską Fundację im. R. Schumana i „Spotkania z Parlamentem Europejskim”.

W trakcie trwania projektu zorganizowaliśmy debatę dla studentów na Uniwersytecie Warszawskim (pod patronatem dziekana Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych), seminarium informacyjne poświęcone polskiej reprezentacji do PE i jej osiągnięciom, euroTargi Wyborcze dla młodych, w czasie których zaprezentowały się młodzieżówki, odbyły się dwie debaty kandydatów oraz seminarium informacyjne poświęconemu kandydatom i ich poglądom. Współorganizowaliśmy pierwszy w Polsce hangout z kandydatami oraz wieczór wyborczy (oba przedsięwzięcia w partnerstwie z portalem politycznym 300polityka.pl oraz Google Polska).

Powstało też specjalne wydanie magazynu W Punkt – bezpłatne na iPada i w PDF – przygotowane przez redakcję, MamPrawoWiedziec.pl i przy współpracy z ekspertami, z którymi przygotowaliśmy kwestionariusz

W naszych materiałach informacyjnych, na stronie oraz w czasie prelekcji informowaliśmy o Parlamencie Europejskim jako grantodawcy projektu.

Wybory do samorządu w Warszawie

Formułując cele odwołał się do założeń wynikających z naszych kilkuletnich doświadczeń i sześciu kampanii kandydackich. Przede wszystkim założyliśmy, że od 2007 r. w organizacji pracy komitetów wyborczych musi nastąpić profesjonalizacja, m.in.:

- wykorzystanie narzędzi elektronicznych do zarządzania kontaktem z kandydatami z listy,
- lepsza znajomość kandydatów przez komitety,
- robienie wewnętrznych formularzy informacyjnych o kandydatach,
- wydawanie wewnętrznych komunikatów do wszystkich kandydatów.

Wiedzieliśmy, że takie praktyki pojawiły się w poszczególnych komitetach, zarówno w wyborach parlamentarnych w 2011 r., jak i europejskich, w 2014 r. Tymczasem, rzeczywistość wyborów samorządowych okazała się zupełnie inna:

- komitety nie założyły kandydatom adresów na czas kampanii wyborczej, ani nie posiadały list adresowych kandydatów (wyjątkiem były komitet PiS i Ochocianie, reszta, pod wpływem naszych prośb i nacisków takie listy formułowała w trakcie kampanii),
- lokalne struktury partyjne i lokalne komitety wyborców nie działają w ciągu kadencji w sposób integrujący ich środowiska, a działacze nie znają się na tyle, by w trakcie kampanii być zgranym, znającym siebie zespołem,
- komitety wyborcze nie znały swoich kandydatów: na listy zostały wciągnięte przypadkowe osoby; przykładem może być warszawska PO, której kandydat i ważna osoba w sztabie otwarcie nam powiedziała, że nie ma kontaktu z kandydatami i nie ma jak do nich dotrzeć lub Miasto Jest Nasze, które działało jak grupa autonomicznych działaczy,
- kandydaci nie byli informowani o tym, z czym wiąże się kandydowanie - utratą prywatności, koniecznością odpowiedzi na pytania mediów lokalnych i obywateli - w efekcie, komitety obawiały się gróźb kandydatów, że zaskarżą praktyki ujawniania kontaktów do nich do GIODO.

Trudności z dostępem do danych o kandydatach przełożyły się na mniejszą niż oczekiwaliśmy liczbę zebranych przez nas adresów mailowych, a w rezultacie mniejszą liczbę wypełnionych kwestionariuszy. Nie udało się osiągnąć założonych wyników: (zebranie 70 proc. adresów mailowych, uzyskanie odpowiedzi od 20 proc. kandydatów). Do Rady m.st. Warszawy kandydowało 1123 osób, do rad 18 warszawskich dzielnic – 4717 osób, na prezydenta miasta – 11 osób. Zespołowi pracującemu w projekcie udało się pozyskać 404 adresy mailowe do kandydatów do Rady m.st. Warszawy, 698 adresów mailowych do kandydatów na radnych dzielnicowych i wszystkie adresy do kandydatów na prezydenta. Do końca kampanii kwestionariusz wypełniło 109 kandydatów na radnych Rady m.st. Warszawy, 159 kandydatów do rad dzielnic i 10 kandydatów na prezydenta.

Spotykaliśmy się w kampanii z odmową udzielenia informacji o adresach, z obawy o oskarżenia wysuwane przez kandydatów wobec komitetów i groźbach grzywn ze strony GIODO. Ten problem mieliśmy ze wszystkimi komitetami - zarówno partyjnymi, jak i społecznymi. Wyjątek stanowiły niewielkie komitety

dzielnicowe, dobrze znających się osób. Nad warszawską kampanią, zaciążyły tzw. słupy wyborcze, rutyna w doborze osób na listy (w przypadku dużych partii), przypadkowość w doborze list (w przypadku komitetów społecznych). Kandydaci nie byli przygotowani do prowadzenia kampanii.

W proces opracowania pytań zaangażowaliśmy 25 osób z 18 organizacji i instytucji. Największą trudność sprawiło takie sformułowanie pytań, aby odnosiły się do kompetencji osób pełniących funkcję w samorządzie. Redakcją otrzymanych materiałów zajmował się zespół MamPrawoWiedziec.pl. Nie wszystkie zagadnienia mogły być włączone do kwestionariusza. Pominęliśmy pytania o charakterze postulatów politycznych, a także zbyt ogólnie sformułowane.

Dodatkowo na stronie udostępniliśmy obrazkowy przewodnik po samorządzie Warszawy. Zaprezentowaliśmy w nim zadania prezydenta stolicy, radnych miejskich i dzielnicowych: pl.pinterest.com/association61/samorz%C4%85d2014-przewodnik-na-wybory/, a także podstawowe statystyki dla poszczególnych dzielnic: pl.pinterest.com/association61/samorz%C4%85d2014_warszawa_dzielnice/. Memy cieszyły się zainteresowaniem użytkowników FB, którzy chętnie je udostępniali na swoich profilach. Do korzystania z naszych materiałów zachęcaliśmy też kandydatów i dziennikarzy.

Włączyliśmy się w cykl debat wyborczych #WarszawaWybiera organizowanych przez Państwo Miasto, Pańską Skórkę i portal PolitykaWarszawska.pl, udostępniając organizatorom wykaz kwestii, o które warto pytać ubiegających się o: mandat radnego dzielnicy (23 października), radnego miejskiego (30 października), urząd prezydenta stolicy (6 listopada). Zaproszeni kandydaci odpowiadali na pytania z kwestionariusza doświadczenia i poglądów.

Dodatkowo, zostaliśmy poproszeni o moderowanie goślawskiej debaty dla kandydatów na radnych.

Wydarzenie odbyło się 7 listopada. Scenariusz debaty powstał w oparciu o kwestionariusz dla kandydatów na radnych dzielnicowych.

Zestawienie poglądów, które zadeklarowali nam kandydaci na prezydenta zamieścił dziennik PolskaTheTimes. W trakcie kampanii planowaliśmy organizację wspólnej debaty MamPrawoWiedziec.pl, Gazety Stołecznej oraz Rzemieślników i Marzycieli. Niestety na skutek wewnętrznych decyzji wewnątrz grupy AGORA, Gazeta Stołeczna nie organizowała debaty i wycofała się z przedsięwzięcia.

W działania zaangażowani byli badacze i wolontariusze. Badacze zajmowali się nawiązywaniem kontaktu z komitetami i ich pełnomocnikami, namawianiem kandydatów do wypełnienia kwestionariusza (mailowo, telefonicznie i za pośrednictwem serwisów społecznościowych), przygotowywaniem krótkich zestawień i statystyk podsumowujących postępy prac. Wolontariusze wspomagali zespół poprzez prowadzenie internetowego researchu adresów mailowych, aktualizowanie bazy danych i udział w wydarzeniach przedwyborczych i bezpośrednio zachęcanie kandydatów do zadeklarowania poglądów za pomocą internetowego formularza. Naszych lokalnych partnerów zachęcaliśmy do podjęcia działań przedwyborczych. Organizacje lokalne zainteresowane przepytaniem kandydatów w wyborach samorządowych zachęcaliśmy do skorzystania z narzędzi przygotowanych w ramach działania Głosuj Świadomie akcji Masz Głos – Masz Wybór. Działanie to było animowane przez członkinię zespołu Stowarzyszenia 61 – Annę Ścisłowską. Wsparcie lokalnych inicjatyw polegało m.in. na pomocy w układaniu scenariuszy debat wyborczych, opracowaniu kwestionariusza, prowadzeniu badania ankietowego. Uczestnikom udostępniona została przestrzeń w serwisie MamPrawoWiedziec.pl, którą mogli wykorzystać do prezentowania danych o kandydatach: mamprawowiedziec.pl/strona/glosuj-swiadomie, organizacje zakładały też lokalne, kandydackie mamprawowiedziec.pl, na prostej platformie blogowej. W ten sposób zaangażowali się mieszkańcy 17 gmin, m.in. grupa nieformalna z Lubartowa, grupa nieformalna z Radomia, Stowarzyszenie Inspiracje ze Słupska, Idealna Września, Stowarzyszenie Edukacja Przyszłości ze Złotoryi, Stowarzyszenie Szczecinianie Decydują

Wybraliśmy prostsze rozwiązanie, ponieważ narzędzie, na którym pracujemy w trakcie wyborów - system do wysyłki ankiet LimeSurvey - wymaga pracy: informatyka (instalacja narzędzia na serwerze) i osoby odpowiedzialnej za pozostałe kwestie techniczno-programistyczne (zakodowanie pytań, import adresów mailowych, poprawne wyświetlanie danych, generowanie tokenów). Organizacje lokalne często nie dysponują takim zapleczem osobowym i technologicznym, dlatego m.in. zwracają się do nas z prośbą o przygotowanie panelu i grafiki do wprowadzania danych o radnych. Przygotowanie jednej lokalnej odsłony mpw, zajmuje od kilku do kilkunastu godzin. Obsługa projektu związanego z wyborami i wysyłaniem ankiet to dwa miesiące pracy informatycznej. Z tego względu organizacje zainteresowane działaniem związanym z przepytaniem kandydatów, zachęcaliśmy do włączenia się do działania w ramach akcji Masz Głos – Masz Wybór, informując ich jednocześnie, że po wyborach udostępniemy im wszystkie potrzebne narzędzia do monitoringu radnych, będziemy ich do tego zachęcać i wspierać.

Zewnętrzni sprzymierzeńcy mogli dodawać obietnice wyborcze poprzez zewnętrzne narzędzie: obietnicewyborcze.tumblr.com. Aktualizowaniem obietnic w okresie kampanii zajmowali się wolontariusze, dodali ich ok. 250.

Działania promocyjne prowadzone były wypróbowanymi dotychczas kanałami. Naszym celem było dotarcie z informacją o projekcie do jak największego grona osób: wyborców, kandydatów i dziennikarzy. O podejmowanych działaniach informowaliśmy w newsletterze i na facebooku stowarzyszenia. O kwestionariuszu informowaliśmy w trakcie wydarzeń, na których obecni byli kandydaci (debaty). Za pośrednictwem mediów staraliśmy się dotrzeć do obywateli i do osób ubiegających się o mandat. O projekcie i wyborach samorządowych mówiliśmy m.in. w audycjach w: Radiu dla Ciebie, TOK FM, Polsat News, TVP Info, Wiadomościach TVP1, Panoramie, Radiu Campus. Odwołania do MamPrawoWiedziec.pl w kontekście wyborów pojawiły się w serwisach ogólnopolskich, jak i mediach branżowych: na blogu TOK FM, w serwisie 300polityka, wp.pl, samorząd.lex.pl, tvn24.pl. Członkowie zespołu stowarzyszenia regularnie byli proszeni o to, by w charakterze ekspertów komentować wydarzenia związane z wyborami.

W ramach projektu powstał film edukacyjny o samorządzie warszawskim: youtube.com/watch?v=XyCrecEyJrA, który w ostatnim okresie kampanii między 10 a 16 listopada promowany był środkami transportu publicznego: 180 tramwajach; 328 autobusach, pociągach SKM. Spot emitowany był minimum trzy razy na dobę.

Rozdajemy narzędzie

W oparciu o metodologię zbierania danych i udostępnione rozwiązania technologiczne, powstają lokalne serwisy MamPrawoWiedziec.pl, które monitorują prace rad gmin. To działanie prowadzimy we współpracy z partnerem - Stowarzyszeniem Akcją Konin. Partner odpowiada za kontakt z lokalnymi organizacjami. Stowarzyszenie 61 jest odpowiedzialne za kwestie technologiczne.

Obecnie (poza Konin.MamPrawowiedziec.pl i KutnoMamPrawoWiedziec.pl) istnieje 10 serwisów, które po przetestowaniu przez administratorów (osobę z organizacji lokalnej odpowiedzialną za wprowadzanie danych) będą sukcesywnie zapełniane danymi.

Chęć prowadzenia lokalnego mpw zgłosiło do tej pory 15 organizacji (Września, Ełk, Kalisz, Szczecin, Lubartów, Złotoryja, Radom, Słupsk, Suwałki, Wałbrzych, Zabrze, Toruń, Gdańsk, Grodzisk Mazowiecki, Lublin). Lokalne serwisy są uruchamiane według kolejności zgłoszeń. Przed przystąpieniem do projektu organizacja musi zaakceptować kodeks organizacji współpracujących, który został opracowaliśmy wspólnie podczas czerwcowego szkolenia. Naszym lokalnym partnerom nie narzucamy harmonogramu aktualizacji. Zachęcamy ich do tego, żeby sesje były uzupełniane regularnie.

Stowarzyszenie Akcja Konin na bieżąco odpowiada na pytania organizacji lokalnych dotyczące prowadzenia serwisu o radnych i monitorowania pracy samorządowców. Organizacje, które przystępują do projektu otrzymują pakiet, na który składa się: instrukcja "Jak wprowadzać dane", porozumienie

organizacji współpracujących, dane dostępne do panelu testowego.

Rezultaty w 2014 r.

Rezultatem prowadzonych działań w 2014 r. było zachowanie wiarygodności i aktualność serwisu (poprzez aktualizację i uzupełnienie danych). W oparciu o dane prezentowane w serwisie (biografie, poglądy, głosowania, oświadczenia majątkowe, obietnice wyborcze) powstawały teksty i analizy, które były następnie wykorzystywane przez media. Odnośniki do MamPrawoWiedziec.pl pojawiały się w ogólnopolskich i lokalnych portalach informacyjnych, członkowie zespołu byli zapraszani do mediów jako eksperci w sprawach związanych z wyborami. Rozszerzenie działań stowarzyszenia o projekt samorządowy przyczyniło się do promocji serwisu i upowszechnieniu idei świadomego głosowania. W trakcie kampanii otrzymywaliśmy zapytania od kandydatów z innych miast z prośbą o przesłanie kwestionariusza. Po wyborach samorządowych wzrosło zainteresowanie organizacji lokalnych prowadzonymi przez nas działaniami, zgłaszają się kolejni uczestnicy, którzy chcą monitorować władze w swoich miejscowościach przy użyciu naszego narzędzia.