

# Wojciech Peszyński

---

## Personalizacja politycznych preferencji

---

Preferencje Polityczne : postawy, identyfikacje, zachowania 3, 175-194

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**Wojciech Peszyński**

## **PERSONALIZACJA POLITYCZNYCH PREFERENCJI**

### *Wprowadzenie*

Wpływ na zachowanie wyborców w 2011 r. wywarły z pewnością liczne determinanty, o proporcji których nie wolno przesądzać bez podjęcia rzetelnych analiz. Naprzeciw takiemu postulatowi wyszedł zespół politologów z wielu ośrodków, który trzeci raz z rzędu przeprowadził ogólnopolskie badania preferencji politycznych obywateli. Przedmiotem naukowych dociekań w niniejszym artykule są dwie kwestie: efekt lidera (leader effect) w decyzjach głosujących społeczne preferencje w aspekcie zwiększania wpływu obywateli na obsadę Prezesa Rady Ministrów. Ma to na celu udzielenie odpowiedzi na dwa pytania badawcze: po pierwsze, w jakim stopniu zachowanie elektoratu jest determinowane osobami partyjnych liderów? Po drugie, w jakim stopniu Polacy opowiadają się za zmianą reguł dotyczących wyboru premiera?

Uczynienie obiektem naukowych dociekań tej drugiej z wymienionych kwestii wynika z powszechnej w literaturze przedmiotu tezy o upodabnianiu się elekcji parlamentarnych do prezydenckich, co jednak odbywa się bez zmiany formalnych zasad tych rywalizacji (prezydenccjalizacja) [Poguntke, Webb 2009: 1]. Oznacza to, że obsada stanowiska premiera zależy od układu sił w parlamencie, a obywatele mają na ten proces jedynie wpływ pośredni. W modelu parlamentarnym (niezależnie od odmiany) eksperyment związany z bezpośrednim wyborem szefa rządu zdecydowano się implementować jedynie w Izraelu. Na mocy zmian w ustawach konstytucyjnych z 1992 r. państwo żydowskie stało się pierwszym na świecie, w którym stanowisko premiera było obsadzane w sposób bezpośredni, z czego skorzystano w latach 1996, 1999 i 2001 [Hazan 2009: 289]. Pomimo tego, iż ten przypadek nie jest powszechnie znany w publicznym dyskursie, wobec zdecydowanie wyższej atrakcyjności społecznej wyborów prezydenckich, warto dokonać pomiaru preferencji w aspekcie ewentualnej propozycji powszechnych i bezpośrednich wyborów polskiego premiera.

Przedmiotowa elekcja przypadła na okres, w którym w kulturze politycznej elit (bardziej niż w pierwszej dekadzie demokratycznych przemian) zakorzenił się zwyczaj obejmowania funkcji szefa rządu przez lidera zwycięskiej partii. Z pewnością stanowiło to jeden z czynników koncentracji politycznych strategii na liderach, co ważyło na wzroście poziomu prezydencjalizacji badanej elekcji. Stanowiska przewodniczących lub prezesów partii w badanym okresie sprawowali: Donald Tusk (PO), Jarosław Kaczyński (PiS), Janusz Palikot (RP), Waldemar Pawlak (PSL) oraz Grzegorz Napieralski (SLD). Zakres skupionych kompetencji wewnątrz organizacji, rola w promowaniu wyborczej oferty, a także poziom społecznej identyfikacji tych polityków jako liderów, nie roszcżą żadnych wątpliwości natury metodologicznej za uznanie tych osób za faktycznych przywódców wymienionych partii.

Zachowania elektoratu stały się – obok zawartości mediów i strategii wyborczych – jedną z płaszczyzn badań nad personalizacją polityki [Rahat, Shafer 2007: 70-72]. Ten trwający blisko od połowy XX wieku proces doprowadził do wzrostu pozycji politycznych przywódców w reżimach demokratycznych, co odbywa się bez względu na przyjęty system wyborczy, strukturę rynku politycznego, kulturę narodową czy system medialny [Ohr 2011: 11]. W rezultacie, polityka jest postrzegana jako płaszczyzna rywalizacji kandydatów (liderów), a elektorat coraz bardziej kształtuje swoje wyborcze decyzje na podstawie szacunku do komponentów wizerunku przywódców [Kervonen 2010: 4].

Jak słusznie wskazuje Ian McAllister [2010: 174] personalizacja polityki stanowi proces złożony i wieloprzyczynowy, który nie może zostać zinterpretowany wyłącznie przez jedno wyjaśnienie – główną rolę telewizji w procesie wyborczej komunikacji. Joop J.M. van Holstyn i Rudy B. Andeweg [2010: 628] innych bodźców personalizacji decyzji wyborczych upatrują w systemie wyborczym oraz erozji podziałów socjopolitycznych. Spośród elementów wymienianych przez kolejnych autorów warto byłoby wskazać jeszcze na umiędzynarodowienie polityki (np. globalizacja, integracja w ramach UE czy NATO), czy wzrost znaczenia państwa (złożoność kompetencji i odpowiedzialności) [Poguntke, Webb 2009: 13-14].

### ***Prawne i instytucjonalne determinanty personalizacji zachowań polskiego elektoratu***

Coraz częściej główny przedmiot rywalizacji wyborczej w demokracjach parlamentarnych stanowi walka o stanowisko szefa rządu (premiera czy kancлера). Chociaż obywatele mają pośredni wpływ na proces obsady tego urzędu, to elekcje typowo partyjne stają się zdominowane przez konkurencję liderów dwóch największych obozów politycznych (Niemcy, Wielka Brytania czy Hiszpania).

---

W Polsce osiągnięciu takiego poziomu prezydencjalizacji nie sprzyja bardziej skomplikowany charakter interakcji pomiędzy głową państwa a szefem rządu.

Co prawda zawarte na gruncie Konstytucji z 2 kwietnia 1997 r. rozwiązania prawnoustrojowe wzmocniły pozycję premiera, lokując to stanowisko jako samodzielny organ państwowy. Stabilność tej funkcji została podbudowana przez, wzorowane na niemieckiej ustawie zasadniczej, konstruktywne wotum nieufności, zbliżając polski model prawnoustrojowy do kanclerskiego [Siekulicki 2011: 182-184]. Jednak rodzime relacje w ramach organów władzy wykonawczej nie w pełni odwzorowują stosunki funkcjonujące w systemie gabinetowo–parlamentarnym. Dlatego też bardziej adekwatnym terminem na określenie obowiązującego modelu jest „parlamentaryzm z aktywną prezydenturą” [Antoszewski, Herbut 2001: 271]. Albowiem prezydent posiada konstytucyjne uprawnienia w tworzeniu składu rządu, aktywnej partycypacji w procesie ustawodawczym (inicjatywa, weto), jak również czynnego zaangażowania w politykę zagraniczną państwa. Dodatkowo, za sprawą bezpośrednich elekcji, głowa państwa polskiego uzyskuje silną legitymację, wzmacnianą każdorazowo ponadprzeciętnym stopniem wyborczej partycypacji. Prowadzi to do tego, iż upartyjniona konkurencja o urząd premiera pozostaje w społecznym odbiorze mniej atrakcyjna od powszechnych wyborów prezydenckich.

Rola liderów w wyborach parlamentarnych determinowana jest również za sprawą systemu wyborczego. Wyniki analizy przeprowadzonej przez Sörena Holmberga i Henrika Oscarssona [2011: 44], na podstawie wyborczych rezultatów w 24 państwach, prowadzą do jednoznacznego wniosku, iż wyższy poziom natężenia efektu lidera jest skorelowany z występowaniem systemu większościowego. W Polsce, począwszy od pierwszej w pełni rywalizacyjnej elekcji do Sejmu, skład następných sześciu kadencji został wyłaniany za pomocą formuły proporcjonalnej opartej o formułę list półotwartych. Przyjęcie takiego rozwiązania wzmacnia personalny wymiar w ramach partyjnej rywalizacji, dając politycznym przywódcom większe możliwości wpływu na rezultat głosowania niż w przypadku list zamkniętych [McAllister 2010: 180].

Pojawienie się w 2011 r. na arenie parlamentarnej nowego podmiotu podważyło dotychczasowe przypuszczenia o zamkniętej strukturze systemu partyjnego [Peszyński 2011: 227-231]. Dotąd (kwiecień 2012 r.) nie zachwiało to poważnie charakterem międzypartyjnych interakcji pozostałych aktorów. O wzroście instytucjonalizacji polskiego systemu partyjnego zaświadcza również większa przewidywalność polskiego elektoratu. Dowodzi tego wartość wskaźnika chwiejności wyborczej netto, który pomiędzy wyborami z lat 2005 i 2007 wyniósł 24,61 [Antoszewski 2008: 20-21], zaś pomiędzy latami 2007 i 2011 spadł do poziomu 10,45<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Obliczenia własne na podstawie wyników głosowania do Sejmu RP w 2007 i w 2011 roku [PKW 2007; 2011].

Z uwagi na pojawienie się w Sejmie piątego komitetu, nieznacznemu obniżeniu uległ również poziom indeksu koncentracji dla dwóch największych partii. O ile w 2007 r. PO i PiS posiadały łącznie 81,5% miejsc w Sejmie, o tyle cztery lata później razem uzyskały 79,13% wszystkich mandatów. Zmniejszenie wartości tego wskaźnika nie zachwiało dominacji dwóch partii w polskim systemie, co w korelacji z silną pozycją ich przywódców sprzyja koncentracji podmiotów rywalizacji i opinii publicznej na konkurencji o stanowisko premiera.

W aspekcie wzmacniającej się pozycji przewodniczących (prezesów) wewnątrz głównych partii zaświadcza również uregulowania przyjęte na gruncie statutów [Tomczak 2011: 189-194]. Koniecznie należy wspomnieć o szeregu nieformalnych prerogatyw, co jest następstwem mediatyzacji działalności politycznej. Ponadto, zaistniałe po 2005 r. reguły rywalizacji pomiędzy PO a PiS wymagały wzmocnienia partyjnej dyscypliny, uruchamiając mechanizmy podporządkowania strategii działania liderom tych organizacji [Matyja 2010: 24]. Takim tendencjom zaczęły się podporządkowywać również inne partie (głównie SLD za kadencji Napieralskiego). W najbardziej adekwatny sposób wzmacnianie pozycji liderów wewnątrz polskich partii politycznych zdają się odzwierciedlać słowa Roberta Krasowskiego [2011: 23]: „Dawniej partie miały wodzów, teraz wodzowie mają partie”.

### ***Personalizacja strategii komitetów i zawartości mediów w kampanii 2011 r.***

W przedmiotowej kampanii najbardziej na osobie przywódcy były skoncentrowane działania Ruchu Palikota. Odwołując się do klasyfikacji Marka Jezińskiego [2004: 130-131] należy stwierdzić, iż kreacja przekazu tego komitetu stała się wypadkową przynależną do cech czterech typów wizerunków politycznych: ekscentryka, luzaka, błazna i zwykłego człowieka. W kanon tej konstatacji wpisywały się aktywny udział w działaniach bezpośrednich (happeningi) czy wyróżnianie swojej oferty wyborczej prowokowaniem hierarchów Kościoła katolickiego [Peszyński 2012].

Spośród wyemitowanych przez ten komitet audycji za najbardziej spersonalizowane należy uznać spoty informacyjne, w których przenoszono na promowany podmiot komponenty życiorysu lidera. W pierwszej reklamie dokumentalnej wyeksponowano pracowitość i zdolności organizacyjne lidera, dzięki którym od podstaw zbudował kilkanaście fabryk. W sferę przyszłości nakierowana została zawartość reklamy „Zosia”, gdzie kilkuletnią córkę Palikota próbowano uczynić symbolem społecznego lęku o jakość stanu funkcjonowania państwa [Marketing w polityce 2011].

Strategia PiS w znacznej mierze została nastawiona na kreację lidera jako alternatywy dla obecnego premiera. Wyraźną tego egzemplifikację stanowią treści reklam telewizyjnych i zewnętrznych, a także często wypowiedziana sugestia „Donald nic nie mogą Tusk” [Peszyński 2012]. W najbardziej skoncentrowanym na komponentach wizerunku Kaczyńskiego spocie „Zmień kraj” wykorzystano regułę kontrastu, pomiędzy osobowością prezesa PiS (kreowanego na męża stanu) a obecnym premierem. Dobitnie potwierdził to ostatni fragment, w którym lider PiS wypowiedział następujące słowa: „Donald Tusk zawiódł nadzieje Polaków. Nie sprostał ich ambicjom nie spełnił obietnic. Czas na zmiany” [Marketing w polityce 2011]. Jeszcze przed oficjalnym zarządzeniem kampanii na ulicach większych miast prezentowano na billboardach slogan „Premier Kaczyński. Czas na odważne decyzje”. W ostatnim tygodniu przed powszechnym głosowaniem na wielkoformatowych nośnikach reklamy wizualnej eksponowano hasło: „Tusk czy Kaczyński. Ty wybierzesz premiera” [Tamże].

Początkowo strategia PO nie zakładała oparcia jej założeń na komponentach wizerunku Tusku. Jednakże na skutek zmniejszania się przewagi, w badaniach opinii publicznej, nad PiS założenia tego planu musiały ulec modyfikacji. Przez ostatnie trzy tygodnie kampanii premier podróżował po kraju autobusem („Tuskobusem”). Używanie takiego środka lokomocji dla szefa partii stanowi wyraźny przejaw implementowania na grunt kampanii parlamentarnych narzędzi charakterystycznych dla rywalizacji prezydenckich. Pomimo tego, iż na pokład autobusu premier zabierał ze sobą innych kandydatów PO (głównie ministrów), jego działania oraz sposób przedstawiania tych wydarzeń przez media były zdecydowanie bardziej charakterystyczne dla kampanii prezydenckich niż parlamentarnych [Peszyński 2012].

To stwierdzenie pozostaje w dużej mierze kompatybilne w stosunku do sposobów promocji oferty SLD. Albowiem zestawienie wydarzeń z lat 2010 i 2011 uwidacznia, iż procesy te przebiegały niejako po identycznej trajektorii. W obu okresach przedwyborczych korzystano z analogicznych socjotechnik, nastawionych na zainteresowanie uwagi mediów poprzez udział lidera w kreowanych wydarzeniach. Służyły temu odwiedziny wielu miejscowości i bezpośrednie przekonywanie do własnej oferty mieszkańców. Tworzenie przewagi strategicznej nad konkurentami służyło ukazaniu nieprzeciętnego zaangażowania lidera SLD, czego egzemplifikację stanowiło prowadzenie działań promocyjnych od wczesnych godzin porannych. Przewodniczący Sojuszu samodzielnie wystąpił tylko w jednej reklamie „Godna jesień życia”, a w innych komunikatach audiowizualnych jego udział ograniczał się do wstępu i zakończenia [Peszyński 2012].

Najniższym poziomem personalizacji oferty wyborczej legitymowało się postępowanie PSL. Zakorzenieniu w świadomości elektoratu nowoczesnego podejścia do rzeczywistości służyła świadoma prezentacja w mediach



Waldemara Pawlaka, permanentnie korzystającego z najnowszych urządzeń masowej komunikacji (głównie tableta). Odwagę przywódcy Stronnictwa miało unaoczniać wydarzenie prezentujące jego skok na motolotni. Najbardziej charakterystycznym materiałem Stronnictwa z omawianej kampanii stała się piosenka „Człowiek jest najważniejszy” [Marketing w polityce 2011]. Utwór ten, swoim dynamicznym charakterem i niebanalną zawartością werbalną, zdecydowanie wyróżniał się od piosenek pojawiających się w historii polskich rywalizacji wyborczych. W warstwie wizualnej owego clipu partycypowało kilkunastu kandydatów PSL, a ich pozycja była równorzędna. Sprawiało to, iż spośród omawianych podmiotów ludowcy budowali swój profil symboliczny w najmniejszym stopniu wykorzystując komponenty wizerunku lidera.

Strategie najważniejszych komitetów zostały podporządkowane stylowi pracy i relacji stacji telewizyjnych [Peszyński 2012A]. Pomimo wzrastającej rangi Internetu w kampaniach wyborczych, media audiowizualne stanowią w dalszym ciągu wiarygodne źródło przebiegu rywalizacji, uwypuklając wyborcom to co ważne i wiarygodne [Ohr 2011: 16]. Wskaźniki ilościowe zawartości serwisów informacyjnych potwierdzają koncentrację polskich środków masowego przekazu na osobach partyjnych przywódców. Dowodzi tego fakt, iż wśród pięciu kandydatów legitymujących się największym zainteresowaniem najpopularniejszych serwisów informacyjnych znaleźli się przywódcy pięciu największych komitetów [Peszyński 2012A]. Jednakże w aspekcie rozważań na temat leader effect ważniejszą od procentowego udziału poszczególnych przywódców jest proporcja ich udziału w stosunku do relacji medialnych na temat wszystkich polityków partii [McAllister 2010: 174-176].

Zestawienie ze sobą tych danych w przypadku relacji telewizyjnych z okresu kampanii 2011 r. dowodzi, iż spośród głównych komitetów tylko w przypadku PSL informacje na temat lidera stanowiły mniej niż połowę czasu wszystkich relacji (47,37%). Zdecydowanie największą wartością tego wskaźnika legitymuje się Palikot (95,39%). Czas poświęcony Kaczyńskiemu na tle PiS stanowił 61,54%, a Tuskowi w stosunku do PO – 56,61%, zaś w przypadku Napieralskiego i SLD było to 51,52% [Raport FB 2011: 21 i 40]. Dane te wydają się być adekwatne do roli, jaką liderzy pełnili w procesie promocji swoich komitetów.

Spośród wszystkich kandydatów przywódców dwóch największych obozów politycznych najważniejsze serwisy informacyjne poświęciły łącznie 62% czasu antenowego [Tamże: 21]. Prowadzi to do konkluzji o przedstawianiu wydarzeń kampanijnych jako „pojedyńku premierowskiego”. Jednakże większemu upodobnieniu się relacji telewizyjnych do stylu typowego dla kampanii prezydenckich zapobiegł brak medialnego pojedynku na argumenty premiera z liderem głównej partii opozycyjnej. Wzorowane na debatach telewizyjnych kandydatów na prezydenta Stanów Zjednoczonych bezpośrednio telewizyjne

starcia kandydatów na szefa rządu, oprócz Wielkiej Brytanii, na trwałe wpięły jako komponent kampanii wyborczych w wielu demokracjach parlamentarnych [McAllister 2010: 182-183]. Ważna rola, jaką odegrały debaty telewizyjne w okresie poprzedzającym powszechne głosowanie w 2007 r. pozwalała przypuszczać, iż pojedynki liderów najważniejszych partii staną się również nieodzownym elementem dyskursu w kolejnych kampaniach [Peszyński 2009: 163]. Przypuszczenie to nie wytrzymało próby zderzenia z założeniami strategii PiS. Prezes tej partii, pomny niekorzystnych efektów udziału w debatach w 2007 r. i w 2010 r., od początku nie miał zamiaru godzić się bezpośrednie spotkanie w studiu telewizyjnym z Tuskiem. Prezes PiS zdecydowanie preferował zwracać uwagę na przekaz swojej partii poprzez wywiady z czołowymi prezenterami najważniejszych mediów [Peszyński 2012A].

Ze względu na potwierdzone działania agenda setting effect w okresie kampanii wyborczych [McCombs 2008: 63-66] należy przyjąć, iż relacje telewizji w 2011 r. cały czas wpływały na decyzje głosujących. W tej kwestii szczególnie należy zwrócić uwagę na dane jakościowe odnoszące się do poziomu dziennikarskiej neutralności. Widoczne to jest w przedmiotowej ankiecie, w aspekcie kształtowania decyzji wyborczych jako wyrazu sprzeciwu wobec postępowania lidera partii konkurencyjnej. Według rezultatów Raportu Fundacji Batorego [2011: 58] w najbardziej pozytywny sposób serwisy informacyjne przedstawiały premiera Tuska (18,7% ocen pozytywnych, 4,8% negatywnych). Wysoki odsetek ocen pozytywnych dotyczył też prezentacji wicepremiera Pawlaka (14,2% pozytywnych, 1,8% negatywnych ocen). Najwięcej ocen negatywnych zidentyfikowano natomiast wobec liderów partii opozycyjnych: Napieralskiego i Kaczyńskiego – po 30,7%, przy odpowiednio 3,4% i 0,3% ocen negatywnych.

### ***Efekt lidera***

Podjęte w tej części kwestie mają na celu doprowadzenie do odpowiedzi na pytanie w jakim stopniu zachowanie elektoratu jest determinowane osobami partyjnych liderów? Efekt lidera (leader efekt) jest tu rozumiany jako wpływy osoby przywódcy na poparcie dla jego partii lub głosowanie przeciwko osobie lidera konkurencyjnego podmiotu. Dokonanie tego pomiaru było czynione w oparciu o założenie o umiejętnym identyfikowaniu przez społeczeństwo osób liderów z poszczególnymi partiami. W katalogu możliwych odpowiedzi umieszczono pięć opcji, które wyczerpywały katalog czynników związanych z aspektowymi determinantami zachowań wyborców. Wybranie przez respondentów dwóch pierwszych z wyeksponowanych odpowiedzi świadczyło o wystąpieniu efektu lidera. Z kolei zaznaczenie którejś z pozostałych trzech opcji



Tabela 1. Rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi na pytanie „Czy na decyzję wyborczą Pani/Pana wpłynęło dotychczasowe postępowanie, któregoś z partyjnych liderów?” w poszczególnych elektoratach w wyborach parlamentarnych 2011 roku.

	Tak, mój głos stanowią przede wszystkim wyraz poparcia dla lidera partii		Tak, moja decyzja wyborcza była przede wszystkim wyrazem sprzeciwu wobec postępowania krajowego lidera partii konkurencyjnej		Nie, o mojej decyzji wyborczej zaważyła przede wszystkim osobowość kandydata		Nie, o moim poparciu zaważył przede wszystkim program partii		Na moją decyzję wyborczą wpłynęły inne czynniki.		Razem	
	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent
Platforma Obywatelska	83	23,1	106	29,5	44	12,3	52	14,5	74	20,6	359	100
Polskie Stronnictwo Ludowe	6	10,7	8	14,3	11	19,6	21	37,5	10	17,9	56	100
Prawo i Sprawiedliwość	61	36,7	25	15,1	25	15,1	0	0,0	0	0,0	166	100
Ruch Palikota	36	31,3	23	20,0	12	10,4	24	20,9	20	17,5	115	100
Sojusz Lewicy Demokratycznej	11	15,7	9	12,9	8	11,4	24	34,3	18	25,7	70	100
Inne	7	17,9	6	15,4	6	15,4	14	35,9	6	15,4	39	100
Nie pamiętam	5	38,5	4	30,8	0	0,0	1	7,7	3	23,1	13	100

stanowiło dowód, iż na wyborcze decyzje wpłynęły inne determinanty niż osoby partyjnych przywódców.

Rezultaty zaprezentowane w powyższym ujęciu tabelarycznym dowodzą, iż partyjni przywódcy wywarli wpływ na zachowania 390 (47,67%) respondentów partycypujących w przedmiotowej elekcji. Opcja pierwsza – o wpływie przywódcy danego podmiotu na podjętą w głosowaniu decyzję – legitymowała się największą liczbą wskazań (209 – 25,55%). Z uwagi na najniższy od 2001 r. poziom poparcia dla kandydatów rozstawianych przez komitety na pierwszych pozycjach na listach wyborczych<sup>2</sup> i częste przypadki społecznego podważania hierarchii miejsc narzucanych przez partie [*Peszyński 2012*], zaskakującym może się wydać fakt, iż osobowość kandydata była najrzadziej wskazywaną przyczyną wyborczych decyzji (106 osób – 12,95%). O 30 badanych więcej zidentyfikowało program. Z kolei aż 131 (16,01%) ankietowanych partycypujących w głosowaniu nie ułokowało swoich przesłanek w grupie czterech podstawowych punktów, identyfikując determinanty swoich zachowań z innymi czynnikami.

Proporcjonalnie najwyższy poziom oddziaływania lidera osiągnięto w przypadku organizacji, które za sprawą pozycji przywódcy w strukturach wewnętrznych wykazują cechy typowe dla weberowskiego modelu partii wyborczej personalistycznej [*Wiszniewski 2005: 118*]. W najistotniejszy sposób dotyczy to PiS (36,7%), ale także Ruchu Palikota (31,3%), co poniekąd stanowiło odzwierciedlenie strategii obu podmiotów. Taki rozkład preferencji pozostaje kompatybilny do prezentacji politycznej oferty tych komitetów w środkach masowego przekazu, gdzie profil tych organizacji był kreowany w oparciu o komponenty wizerunku niekwestionowanych liderów. Efekt lidera w przypadku PiS został wzmocniony poprzez to, iż żaden z wyborców tej partii nie wskazał w badaniu programu jako determinanty swojej decyzji. Potwierdza to wysoka koncentracja przekazu partii i mediów na prezesie PiS oraz interakcji wewnętrznych w łonie tej partii. Świadczy to jednak o niskim poziomie instytucjonalizacji, gdyż w przyszłości organizacja może nie przetrwać ewentualnej zmiany prezesa.

Na przeciwnym biegunie – pod względem wpływu odsetka wskazań za opcją pierwszą ułokowane są SLD (15,7%) oraz PSL (10,7%). Warto zauważyć, iż w przypadkach elektoratów tych ugrupowań pozostaje to odwrotnie proporcjonalne do procentowej wartości wskazań odnoszących się do poparcia wyborczego programu. Przyjmując a priori o powszechnym braku znajomo-

---

<sup>2</sup> W elekcji do Sejmu w 2011 r. kandydaci rozstawieni na listach wyborczych z numerem pierwszym otrzymali 33,44% głosów (obliczenie własne na podstawie danych PKW [2011]). Dla porównania w 2001 r. na liderów list oddano 33,48% głosów, w 2005 r. – 33,95%, zaś w 2007 r. – 38,19% [*Peszyński 2009: 156*].

ści dokumentów, a nawet podstawowych postulatów komitetów, uprawnione pozostaje założenie o utożsamianiu terminu „program” z marką popieranej organizacji. Wypada przypomnieć, iż Sojusz i Stronictwo to jedyne podmioty posiadające swoją reprezentację we wszystkich kadencjach Sejmu, które w znacznej części osiągają klauzulę zaporową dzięki lojalnym grupom wyborców. To także organizacje o słabszej, od innych partii parlamentarnych, pozycji lidera w strukturze wewnętrznej. Poszerzanie własnego zakresu władzy przez Napieralskiego (skumulowanie stanowisk przewodniczącego partii i klubu sejmowego), jak również korzystny rezultat z kampanii prezydenckiej w 2010 r. nie przyczyniły się do zwiększenia przez SLD stanu posiadania w parlamencie, a wręcz przyniosły skutek odwrotny do zakładanego. Z kolei w przypadku PSL wydaje się, iż największy wpływ na uzyskiwanie przez to ugrupowanie parlamentarnego statusu wywiera klasowy charakter organizacji i silne struktury na najniższych szczeblach podziału administracyjnego kraju [Peszyński 2011: 238-241]. Kandydaci tej partii w wyborach na urząd prezydenta osiągnęli proporcjonalnie zdecydowanie słabsze rezultaty niż w pozostałych elekcjach, co jeszcze bardziej niż w przypadku Sojuszu potwierdza zasadność tezy o przewadze organizacji nad liderem jako czynników kształtujących postawy elektoratu.

Analizując rozkład preferencji ankietowanych z uwzględnieniem poziomu wyboru poszczególnych odpowiedzi mierzonych w liczbach rzeczywistych, można dostrzec, iż największa grupa kierowała się chęcią poparcia Tuska. Jednakże blisko co trzeci wyborca PO wyrażał poparcie dla tej formacji jako głos sprzeciwu wobec postępowania krajowego lidera partii konkurencyjnej. Warto zauważyć, iż spośród wszystkich uczestników badania przyznających się do wyboru negatywnego (181), aż 106 (58,6%) oddało swój głos na Platformę. Ze względu na tendencje z poprzednich elekcji, a także najwyższy spośród wszystkich polityków poziom społecznej nieufności<sup>3</sup> oraz wysoce konfliktowe relacje pomiędzy dwoma największymi partiami, uzasadnione pozostaje stwierdzenie, że wyborcy ci poparli partię Tuska ze względu na lęk przed powrotem na stanowisko premiera Kaczyńskiego. Przekładając proporcje z rezultatów poszczególnych badań na wyniki wyborów, widać, że głosujący taktycznie negatywnie zaważyli na zwycięstwie PO nad PiS. Chociaż komparatystyka rzeczywistych rezultatów partyjnego poparcia z wynikami omawianych badań prowadzi do wniosku o istotnych rozbieżnościach, warto jednak zauważyć, że wyborcy sprzeciwiający się postępowaniu krajowego lidera partii konkurencyjnej stanowili 12,95% spośród ogółu badanych partycypujących, a w wyniku decyzji elektoratu PO osiągnęła w stosunku do PiS poparcie wyższe o 9,29% [PKW 2011].

<sup>3</sup> Według badania CBOS [2011] z października 2011 r. Kaczyński legitymował się zaufaniem 30% i nieufnością 54% respondentów – najwięcej spośród wszystkich polityków.

Tabela 2. Rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi na pytanie „Czy na decyzję wyborczą Pani/Pana wpłynęło dotychczasowe postępowanie, któregoś z partyjnych liderów?” w kontekście ideologicznych poglądów politycznych.

	Tak, mój głos stanowił przede wszystkim wyraz poparcia dla lidera partii		Tak, moja decyzja wyborcza była przede wszystkim wbrew sprzeciwu wobec postępowania krajowego lidera partii konkurencyjnej		Nie, o mojej decyzji wyborczej zaważyła przede wszystkim osobowość kandydata		Nie, o moim porzuceniu zaważył przede wszystkim program partii		Na moją decyzję wyborczą wpłynęły inne czynniki		Nie głosowałam/wybrałam w wyborach parlamentarnych 2011 roku		Razem	
	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent
Lewica	55	20,6	41	15,4	27	10,1	53	19,9	48	18,0	43	16,1	267	100
Centrum	39	17,1	51	22,4	25	11,0	28	12,3	33	14,5	52	22,8	228	100
Prawica	91	27,2	54	16,1	34	10,1	74	22,1	25	7,5	57	17,0	335	100
Nie wiem/nie potrafię określić	24	8,9	35	13,0	20	7,4	21	7,8	40	14,9	129	48,0	269	100

Spośród elektoratu partii Kaczyńskiego swój wybór jako wyraz sprzeciwu wobec postępowania lidera partii konkurencyjnej zinterpretowało 15,1% ankietowanych, czyli procentowo znacznie mniej niż PO. Pozwala to na wysunięcie wniosku, iż PiS nie jest atrakcyjną ofertą polityczną dla większości wyborców niezdecydowanych, ale negatywnie nastawionych do polityki gabinetu Tuska. Bardziej perspektywiczny potencjał w tym zakresie zdaje się wykazywać Ruch Palikota. Dowodzi tego przede wszystkim fakt, iż dla 20,9% wyborców tego podmiotu determinantą ich decyzji stał się program partii (podnoszone w dyskursie publicznym hasła) – utożsamiany z poglądami liberalnymi w sferze obyczajowej. Postępujący proces społecznej modernizacji stwarza PO ograniczone możliwości w uelastycznieniu swojej oferty do potrzeb coraz szerszej grupy elektoratu, w czym z pewnością RP jest bardziej wiarygodny.

Uzyskanie przez partię Palikota trzeciego rezultatu w powszechnym głosowaniu w 2011 r. stanowi z pewnością dowód światopoglądowych przeobrażeń polskiego społeczeństwa. Istnieją jednak trudności z zakwalifikowaniem tego podmiotu do konkretnej orientacji ideologicznej. W dyskursie medialnym RP jest identyfikowany z nurtem lewicowym. Chociaż istnieją podstawy do obalenia takiej tezy, wyraźnie widać, iż pogląd ten został odzwierciedlony w odpowiedziach badanych. Albowiem liczba utożsamiających się z tym światopoglądem znacznie przewyższa ilość głosów oddanych przez respondentów na SLD.

Zawartość Tabeli 2 w wierszu „lewica”, za sprawą proporcjonalnego rozkładu preferencji, nie daje żadnych podstaw do stwierdzenia o istotnej korelacji pomiędzy takim światopoglądem a skłonnością do kierowania się wyborców lewicowych konkretnym rodzajem przesłanek. Bardziej dostrzegalne tendencje występują wśród respondentów określających swoje poglądy, jako centrowe. Widoczne to jest poprzez głosowanie przeciwko liderowi partii konkurencyjnej, co należy wiązać z głosowaniem sporej części wyborców PO jako wyraz lęku przed skutkami związanymi z ewentualnym sukcesem PiS.

Najmniej trudności w zidentyfikowaniu relacji pomiędzy deklarowanym światopoglądem a wskazywanymi determinantami zachowań dostarcza kazus – zdecydowanie najliczniejszej grupy – wyborców prawicowych. W kanon tej konstatacji wpisuje się przede wszystkim fakt, iż 91 (27,2%) badanych stwierdziło, iż ich głos stanowił wyraz poparcia dla lidera partii, co stanowi znacznie szerszy krąg od deklaracji elektoratu PiS. Warto także przypomnieć, iż żaden z wyborców partii Kaczyńskiego nie wskazał programu jako przesłanki własnych decyzji, a takich wyborców prawicowych było aż 74 (22,1%). Wartości opisywanych wskaźników uwidaczniają skłonność tej grupy ideologicznej do kształtowania swoich zachowań pod wpływem uwypuklonych czynników. Jednak uzyskane wyniki w żaden sposób nie dają uprawnień do określenia tych korelacji jako istotnych.

---

Powyższe stwierdzenia jednoznacznie wskazują, iż żaden z ideologicznych poglądów politycznych nie powoduje poważnych skłonności do kierowania się w swoich wyborczych decyzjach rozpatrywanymi w tej części raportu determinantami. Albowiem są one zdecydowanie bardziej współzależne do preferencji partyjnych lub sympatii i antypatii do poszczególnych liderów. Klarowną egzemplifikację w tym aspekcie stanowi rozkład zaprezentowany w Tabeli 1 oraz wnioski przedstawione w pierwszej części tego podrozdziału.

W zawartości Tabeli 2 najbardziej charakterystyczną cechą stanowi ilość osób niepotrafiących określić swoich poglądów (269 – 24,5%). Grupa ta jest liczniejsza od lewicy czy centrum. Spośród tego kręgu osób aż 48% nie partycypowało w omawianym głosowaniu. W tym aspekcie na uwagę zwraca też wysoki poziom absencji wyborców centrowych (22,8%). W kontekście nieodokreślonego światopoglądowo charakteru PO (typowego dla catch-all party) warto zauważyć, iż zarówno oferta tej partii, i zwłaszcza jej lider, mogą przestać być wiarygodnym czynnikiem do zagospodarowania tak licznej jak dotąd części osób nieutożsamiających się z żadnymi przekonaniem.

### ***Zmiany reguł wyboru premiera***

Dociekania przedstawione w tej części pracy stanowią rezultat analizy mający na celu doprowadzić do odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu Polacy opowiadają się za zmianą reguł dotyczących wyboru premiera? Jak już podkreślono, przykłady z wielu demokracji parlamentarnych jednoznacznie dowodzą, iż wzrastający poziom zachowań elektoratu nie powoduje zmian w obszarze zasad regulujących proces wyłaniania premierów lub kanclerzy. Pomimo tego, iż zakres konstytucyjnych uprawnień premiera i rządu w systemie politycznym RP jest znacznie szerszy od kompetencji głowy państwa polskiego, wybory prezydenckie permanentnie legitymują się wyższym poziomem społecznej partycypacji. Ta powszechna tendencja bierze się z uwagi na skomplikowany proces kreacji rządu. Z pewnością bardziej przejrzystym i zrozumiałym w tym aspekcie byłby bezpośredni sposób obsady stanowiska szefa gabinetu, który odbywałby się z pominięciem wpływu dla większości obywateli procedury wyłaniania składu Sejmu, a przede wszystkim typowym dla systemów wielopartyjnych procesem formowania parlamentarnej większości.

Analiza danych zaprezentowanych w Tabeli 3 wskazuje na prawie równą ilość zwolenników utrzymania dotychczasowych reguł oraz wprowadzenia bezpośrednich wyborów szefa rządu. Za utrzymaniem dotychczasowych zasad opowiedziało się 353 (32,12%), zaś za wdrożeniem bezpośredniej metody wyłaniania szefa rządu 351 (31,93%) badanych. Spośród badanej grupy 192 respondentów (17,47%) skłoniło się do wyboru wariantu polegającego na nominowaniu

---



Tabela 3. Rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi na pytanie „Czy uważa Pani/Pan, że obywatele powinni mieć większy wpływ na to kto zostanie premierem?” w poszczególnych elektoratach oraz wśród niegłoszących w wyborach parlamentarnych 2011 roku.

	Tak, premier powinien być wybierany bezpośrednio przez obywateli		Tak, premierem z mocy prawa powinien zostać lider ugrupowania zwycięskiego		Nie, dotychczasowy sposób wyboru premiera jest odpowiedni		Nie mam zdania		Razem	
	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent
Platforma Obywatelska	94	26,2	74	20,6	141	39,3	50	13,9	359	100
Polskie Stronnictwo Ludowe	14	25,0	12	21,4	17	30,4	13	23,2	56	100
Prawo i Sprawiedliwość	59	35,5	43	25,9	35	21,1	29	17,5	166	100
Ruch Palikota	50	43,9	7	6,1	43	37,7	15	13,2	115	100
Sojusz Lewicy Demokratycznej	18	25,7	16	22,9	22	31,4	14	20,0	70	100
Inne	15	38,5	10	25,6	14	35,9	0	0,0	39	100
Nie pamiętam	6	46,2	0	0,0	6	46,2	1	7,7	13	100
Nie głosowałem	95	33,8	30	10,7	75	26,7	81	28,9	281	100

z mocy ustawy premierem lidera zwycięskiej partii. Warto zaznaczyć, iż rozumienie pojęcia „zwycięska partia” należy interpretować w znaczeniu potocznym (komitet zdobywający najwięcej głosów) niż w naukowym (partia zdobywająca bezwzględną liczbę mandatów). Wybór tej opcji legitymował się najniższym poziomem popularności, czego powodem może być coraz częstsze przestrzeganie przez partyjnych przywódców zwyczaju obejmowania stanowiska premiera przez przywódcę wygranego ugrupowania.

Liczna grupa ankietowanych – 203 (18,47%) – wyraziła w tej kwestii brak zdania. Wśród nich przeważali wyborcy uczestniczący w głosowaniu (122 osoby) przy 81 deklarujących absencję. Taką postawę należy interpretować jako obojętność, bowiem trudno jest przypuszczać, że te osoby dysponują rozwiązaniem nieznanym się w katalogu możliwych odpowiedzi.

Proporcjonalnie za zmianą zasad wyboru premiera opowiedziało się najwięcej zwolenników partii skoncentrowanych wokół przywódcy. W przypadku PiS może to wynikać z niskiego poziomu relewancji, gdyż w aktualnych realiach politycznych i proceduralnych prezes tej partii ma ograniczone możliwości powrotu na stanowisko szefa rządu. Największy odsetek wskazań za opcją pierwszą wystąpił w przypadku Ruchu Palikota (43,9%). Pobieźnie można byłoby to utożsamiać z postępowym nastawieniem partii i jej wyborców. Jednakże 37,7% zwolenników tego podmiotu opowiedziało się za pozostawieniem teraźniejszych reguł.

Pomimo tego, że pozycja przywódcy PO nie jest kwestionowana zarówno przez elektorat, jak i przez zaplecze tej organizacji, największą część spośród wyborców tego podmiotu stanowią zwolennicy dotychczasowych rozwiązań. Warto zauważyć, iż przy obecnym sposobie kreacji składu rządu, Tusk już dwukrotnie objął najwyższe stanowisko w administracji. Mimo wszystko nie należy tego utożsamiać tyle z wysokim poziomem zdolności koalicyjnej PO, ile większym poziomem aprobaty systemu politycznego elektoratu tej partii niż wyborców PiS. Taki sam wniosek jest adekwatny do postawy wyborców PSL i SLD. Chociaż w tych przypadkach rozkłady preferencji pozostają najbardziej porównywalne, najwięcej jest zwolenników pozostawienia status quo. Jednakże zsumowanie preferencji osób opowiadających się za propozycją pierwszą i drugą prowadzi do wniosku, iż proporcjonalnie większa część wyborców partii systemowych opowiada się za zmianą dotychczasowych reguł niż ich utrzymaniem.

Za bezpośrednim wyborem zwierzchnika wszystkich ministrów opowiedziało się najwięcej spośród respondentów niepartycypujących w omawianej elekcji (95 – 33,8%). Być może wdrożenie tej zasady zachęciłoby ich do udziału w powszechnym głosowaniu. Jednak proporcja udzielonych w tej materii odpowiedzi wśród tej grupy ankietowanych, jak również tych, którzy wzięli

Tabela 4 Rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi na pytanie „Czy uważa Pani/Pan, że obywatele powinni mieć większy wpływ na to kto zostanie premierem?” w kontekście ideologicznych poglądów politycznych.

	Tak, premier powinien być wybierany bezpośrednio przez obywateli		Tak, premierem z mocy prawa powinien zostać lider ugrupowania zwycięskiego		Nie, dotychczasowy sposób wyboru premiera jest odpowiedni		Nie mam zdania		Razem	
	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent
Lewica	86	32,2	51	19,1	102	38,2	28	10,5	267	100
Centrum	61	26,8	49	21,5	82	36,0	36	15,8	228	100
Prawica	93	27,8	71	21,3	123	36,8	47	14,1	335	100
Nie wiem/ nie potrafię określić	110	40,9	21	7,8	46	17,1	92	34,2	269	100

udział w wyborach nie stanowi w żadnym wypadku sygnału do rozpoczęcia społecznej dyskusji na ten temat.

Rozkład preferencji, w odpowiedziach na pytanie o poszerzenie wpływu obywateli na obsadę stanowiska szefa rządu, w kontekście ideologicznych poglądów politycznych, uwidacznia, iż najwięcej osób spośród deklarujących przynależność do wszystkich trzech nurtów opowiada się za obecnymi rozwiązaniami. W tym aspekcie procentowo najwięcej wskazań odnotowano wśród wyborców lewicy. Abstrahując jednak od pomiaru preferencji za sprawą rozpatrywania ilości odpowiedzi za każdą z opcji z osobna, zsumowanie ze sobą ilości wskazań za dwiema pierwszymi propozycjami świadczy, iż łącznie w każdej z tych grup znajduje się więcej zwolenników zmiany niż utrzymania dotychczasowych rozwiązań.

Bezpośredni wpływ obywateli postuluje proporcjonalnie zdecydowanie najwięcej ankietowanych wśród lewicy. Najwyższy odsetek spośród odpowiedzi za możliwością obejmowania z mocy prawa funkcji premiera przez lidera zwycięskiego ugrupowania odnotowano wśród elektoratu centrum. Mimo wszystko w tym przypadku, jak również wśród pozostałych grup nie zachodzą żadne przesłanki do stwierdzenia o tym, że przyznawanie się do danego nurtu pozostaje w istotnej korelacji z wyborem konkretnej alternatywy co do sposobu obsady funkcji szefa rządu.

Interesującym natomiast pozostaje fakt, iż spośród osób niepotrafiących określić swoich zapatrywań politycznych aż 40,9% (110 ankietowanych) opowiedziało się za bezpośrednim wyborem szefa rządu. Prowadzi to do wniosku, iż osoby mające trudność z ulokowaniem swoich przekonań w jednym z trzech światopoglądów znacznie bardziej preferują wyłonienie osoby premiera w powszechnym głosowaniu. Jednakże zestawienie ze sobą danych dotyczących tej grupy badanych z Tabel 3 i 4 uwidacznia porównywalny rozkład odpowiedzi z osobami niepartycypującymi w przedmiotowej elekcji. Dlatego w stosunku do tej grupy nakazane jest zachowanie odpowiedniego dystansu niż wysuwanie nazbyt pochopnych wniosków o istotnych korelacjach.

## ***Podsumowanie***

Rozkład społecznych preferencji w aspekcie efektu lidera prowadził do wniosku, iż wyrażenie decyzji o poparciu dla danego komitetu pod wpływem jej przywódców jest najważniejszym czynnikiem determinującym wyborcze decyzje. Jednakże proporcja udzielonych wskazań na poszczególne odpowiedzi nie pozwala wysunąć wniosku, iż badany wpływ stanowi główną determinantę kształtowania preferencji. Przykłady PiS i RP potwierdziły, iż najwięcej spośród głosujących na te komitety budowało swoje preferencje za sprawą osoby przywódcy. W konfrontacji tych danych do przebiegu wybor-

czej kampanii widać, iż efekt ten jest skorelowany z zawartością wyborczych strategii, jak również z treścią relacji telewizyjnych przebiegu kampanii.

Najliczniejsza grupa elektoratu Platformy zdecydowała się poprzeć tę ofertę na skutek sprzeciwu wobec postępowania lidera partii konkurencyjnej. Wiele przesłanek może wskazywać na to, że takie postępowanie było wyborem taktycznym przeciwko Kaczyńskiemu. Proporcja takich odpowiedzi w zestawieniu z rzeczywistymi rezultatami wyborów do Sejmu w 2011 r. prowadzi do wniosku, iż taki właśnie czynnik zaważył na wygranej PO z PiS.

Najniższy poziom efektu lidera osiągnął w przypadku SLD i PSL. W przypadku tej pierwszej partii potwierdziło to brak skuteczności strategii Sojuszu – opartej w dużej mierze na osobie Napieralskiego. Z kolei kazus ludowców potwierdził także wnioski z poprzednich kampanii o ograniczonej roli przywódcy tej partii w kształtowaniu wyborczych preferencji. Zestawienie rezultatów rozkładu preferencji wszystkich elektoratów prowadzi do wniosku, że osobowość lidera stanowi niebagatelny czynnik wyborczego sukcesu. Było to widoczne nie tylko za sprawą rezultatu PO i PiS, ale przede wszystkim RP. Tutaj silny i społecznie rozpoznawalny lider zaważył na nieoczekiwanym pokonaniu przez ten podmiot PSL i SLD. Jednak w tym aspekcie nie należy zapominać również o chwytliwych sloganach, co zresztą wyraźnie ukazały wyniki tych badań.

W rozkładzie preferencji dotyczącym propozycji wyborów premiera w Polsce najbardziej interesującym wydawał się fakt, bardzo podobnej ilości wskazań za utrzymaniem dotychczasowych zasad oraz zwolenników elekcji bezpośrednich. Jednak łączna ilość wskazań za sposobem obsady tej funkcji poprzez wybory powszechne oraz nominowania z mocy prawa lidera zwycięskiej partii przeważa na korzyść modyfikacji dotychczasowych zasad. Analiza wyników w poszczególnych elektoratach partii, potwierdziła korelację pomiędzy siłą partyjnego przywództwa a podjęciem w tym aspekcie reform prawa wyborczego, co dobitnie potwierdziły przykłady PiS i RP.

Pomimo tego, iż prawie połowa badanych opowiedziała się za zmianą dotychczasowych reguł wyboru premiera, nie należy się spodziewać rozpoczęcia publicznej debaty na temat zmian w Konstytucji (co byłoby niezbędne). Albowiem polscy obywatele nie podnoszą w publicznym dyskursie tej kwestii, która nie stanowi nawet zainteresowania ośrodków badających społeczne preferencje. Przede wszystkim żadna z największych partii nie złożyła takiej inicjatywy na forum parlamentu ani nawet na kartach programowych deklaracji. Nadmienić wypada również, iż tylko w sytuacji permanentnego kryzysu gabinetowego popularnością społeczeństwa i elit cieszyłoby się wdrożenie reguły obejmowania z mocy ustawy stanowiska premiera przez lidera zwycięskiego ugrupowania.

Zestawienie proporcji odpowiedzi na oba pytania pod względem deklarowanych poglądów badanych nie potwierdziło istotnych korelacji pomię-

dzy przynależnością do którejś grup, a podatnością na efekt lidera czy preferowaniem konkretnych postulatów w aspekcie sposobu kreacji szefa rządu. Zdecydowanie bardziej dostrzegalne współzależności były widoczne wśród grupy respondentów niepartycypujących w przedmiotowej elekcji i osób niemających sprecyzowanych zapatrywań ideologicznych. Jednakże charakter tej części elektoratu nakazuje dystans od wysuwania zbyt daleko idących konkluzji i ewentualne potwierdzenie lub obalenie tych spostrzeżeń w kolejnych badaniach empirycznych.

### ***Bibliografia:***

- Antoszewski A. (2008), *Transformacja polskiego systemu partyjnego po 2005 roku*, „Athenaeum Political Science”, nr 19.
- Antoszewski A., Herbut R. (2001), *Systemy polityczne współczesnego świata*, Gdańsk: Wydawnictwo Arche.
- CBOS, *Badanie Centrum Badań Opinii Społecznej*, „Zaufanie do polityków w październiku 2011 r.”, [http://cbos.pl/SPISKOM.POL/2011/K\\_132\\_11.PDF](http://cbos.pl/SPISKOM.POL/2011/K_132_11.PDF), (31.03.2012).
- Hazan R. Y. (2009), *The Failure of Presidential Parliamentarism: Constitutional versus Structural Presidentialization of Israel's Parliamentary Democracy*, [w:] T. Poguntke, P. Webb (red.), *The Presidentialization of Politics*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Holmberg S., Oscarsson H. (2000), *Party Leader Effect on the Vote*, [w:] K. Aarts, A. Blais, H. Schmitt (red.), *Political Leaders and Democratic Elections*, Oxford: University Press.
- Jeziński M. (2004), *Marketing polityczny a procesy akulturacyjne*, Toruń: Wydawnictwo UMK.
- Kervonen L. (2010), *The Personalisation of Politics. The study of parliamentary democracies*, Colchester: ECPR Press.
- Krasowski R. (2011), *Czas samotnych wodzów*, „Polityka”, 25.02. *Marketing w polityce*, <http://www.marketingwpolityce.zgora.pl/>, (12.04.2012).
- Matyja R. (2010), *Od silnego przywództwa do partii monocentrycznej*, [w:] M. Migalski (red.), *Prawo i Sprawiedliwość*, Toruń; Wydawnictwo Adam Marszałek.
- McAllister I. (2010), *Personalizacja polityki*, [w:] R.J. Dalton, H-D. Klingemann (red.), *Zachowania polityczne 2*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- McCombs M. (2008), *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Peszyński W. (2009), *Amerykanizacja polskich kampanii parlamentarnych 2001-2007*. „Dialogi Polityczne”, nr 9.
-



- Peszyński W. (2011), *Kandydat czy partia? W poszukiwaniu determinant zachowań wyborczych elektoratu*, „Preferencje polityczne”, 2/2011.
- Peszyński W. (2012), *Personalizacja kampanii parlamentarnej w Polsce 2011 roku*, „Athenaeum Polskie Studia Politologiczne, nr 32. (artykuł w druku)
- Peszyński W., (2012A), *Telewizyjny obraz kampanii parlamentarnej w 2011 roku*, [w:] Turska-Kawa A., Wojtasik W. (red.), *Wybory parlamentarne 2011*, Katowice: REMAR.
- PKW, *dane Państwowej Komisji Wyborczej*, <http://pkw.gov.pl/wybory-sejm-senat/>, (12.04.2012).
- Poguntke T., Webb P. (2009), *The Presidentialization of Politics in Democratic Societies. A Framework of Analysis*, [w:] T. Poguntke, P. Webb (red.), *The Presidentialization of Politics*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Rahat G., Sheffer T. (2007), *The personalization(s) of politics: Israel 1949-2003*, „Political Communication”, nr 24.
- Raport FB, *Raport Fundacji im. Stefana Batorego z monitoringu głównych serwisów informacyjnych TVP oraz stacji komercyjnych w czasie kampanii wyborczej do parlamentu 2011 roku*, [www.batory.org.pl/upload/files/Programy%20operacyjne/Masz%20Glos/Raport%20koncowy01.12.2011.pdf](http://www.batory.org.pl/upload/files/Programy%20operacyjne/Masz%20Glos/Raport%20koncowy01.12.2011.pdf), (13.03.2012).
- Siekulicki D. (2011), *Pozycja Prezesa Rady Ministrów w polskim systemie politycznym a przywództwo polityczne*, [w:] A. Kasińska-Metryka (red.), *Studia nad przywództwem politycznym. Ustalenia metodologiczne*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Tomczak Ł. (2011), *Przywódcy polskich partii politycznych*, „Preferencje polityczne”, 2/2011.
- van Holsteyn J., Andeweg R. B. (2010), *Demoted leaders and exiled candidates: Disentangling party and person in the voter's mind*, „Electoral Studies” nr 29.
- Wiszniewski R. (2005), *Obraz współczesnych partii politycznych (typologie i klasyfikacje)* [w:] A. Kasińska-Metryka, M. Skawińska (red.), *Oblicza współczesnej polityki*. Kielce: Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej.