

Dzieciński, Paweł / Wejman, Maciej

Polityczny cykl koniunkturalny w III RP

Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego 20, 95-110

2006

Artykuł został zdigitalizowany i 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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych oraz w kolekcji mazowieckich czasopism regionalnych mazowsze.hist.pl.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Paweł Dzieciński, Maciej Wejman

Polityczny cykl koniunkturalny w III RP

W systemach politycznych, które możemy określić jako w pełni demokratyczne podstawowym źródłem władzy są wolne i powszechne wybory. Jedynie zwycięstwo lub znaczący sukces w wyborach umożliwiają zdobycie albo utrzymanie władzy w państwie. Ciała ustawodawcze, samorządy a w części krajów również głowy państw pochodzą z wyborów, co w sposób pośredni a niekiedy bardziej bezpośredni rzutuje także na kształt władzy wykonawczej¹. Znaczenie i cykliczność aktu wyborczego odbywanego stosunkowo często i w miarę regularnie doprowadziły do wytworzenia się nastawionego na ich obsługę potężnego i zróżnicowanego aparatu. Z jednej strony państwo chcąc zagwarantować uczciwą i zgodną z demokratycznymi zasadami cyrkulację władzy stworzyło cały szereg instytucji organizujących wybory i dbających o to by ich przebieg był zgodny z ustalonymi przez to państwo demokratycznymi normami prawnymi. Z drugiej strony aktorzy sceny politycznej głównie występujący pod postacią partii politycznych, chcąc wygrywać wybory i zdobywać maksymalną liczbę głosów, stworzyli odpowiednie agendy mające za zadanie pozyskiwać wyborców².

Następująca po II wojnie światowej w najwyżej rozwiniętych krajach komercjalizacja sceny politycznej w połączeniu z zastosowaniem nowych środków masowego przekazu / telewizja, internet / doprowadziła do rozwoju marketingu politycznego, który stał się najważniejszym narzędziem pozyskiwania poparcia i głosów przez polityków i partie polityczne³. W miarę upływu czasu walka o głosy wyborców, a więc o władzę, zaczęła nabierać coraz bardziej profesjonalnego i można powiedzieć komercyjnego charakteru. Na skutek zdominowania kampanii wyborczych przez telewizję twarze i postacie wszystkich polityków mogły dotrzeć do większości wyborców, którzy stanęli przed taką możliwością wyboru jak oglądający soki wyprodukowane przez różne firmy klient supermarketu. Polityk wraz ze

1 A. Antoszewski, R. Herbut, *Systemy polityczne współczesnego świata*, Gdańsk 2001, s. 14.

2 J. Muszyński, *Teoria marketingu politycznego*, Warszawa 2004, s. 10-12.

3 M. Mazur, *Marketing polityczny*, Warszawa 2002, s. 14.

swoją partią i programem stał się wobec tego rodzajem towaru wystawionego na sprzedaż⁴. Utracił swój dawny nimb tajemniczości z czasów kiedy z oddali ukazywał się tłumom na odpowiednio skonstruowanej i podświetlonej trybunie, a jedynie nielicznym było dane oglądać go z bliska. Pozostałym musiały wystarczyć upozowane zdjęcia, komentarze, plotki i różnego typu inne informacje. Duża rola wieców przedwyborczych wymuszała w dużym stopniu wiązanie się części wyborców z konkretną partią. Bycie sympatykiem danej partii wiązało się z przynależnością do pewnego kręgu towarzyskiego, ludzi o określonych poglądach, często o konkretnym pochodzeniu społecznym. Z drugiej strony wymuszało to na partiach wyraziste określenie swojego programu wywodzącego się z konkretnych zasad ideologicznych i odpowiadającego zasadniczym interesom wspierającej partię grupy społecznej. Konfrontacja przedwyborcza między partiami stawała się natomiast częścią szerszej walki ideologicznej⁵.

Wszystko to zaczęło jednak wraz ze zmianami na rynku medialnym powoli odchodzić w przeszłość. Dawniej człowiek spragniony informacji i zobaczenie ludzi, na których przyjdzie mu oddać głos musiał udać się na wiec. Dziś wystarczy mu włączyć odpowiedni kanał telewizyjny. Dawniej polityk był symbolem tak samo jak logo partii, którą reprezentował, dziś sam stał się rodzajem towaru. Zaczął w sumie swoją osobowością i jej medialnym odbiorem bardziej wpływać na wynik wyborów jak partia, z której się wywodzi oraz jej profil ideowy. Powoli acz systematycznie postępowało zjawisko spadku liczby osób przywiązanych do image i profilu ideowego danych partii, a wzrastała liczba wyborców wolnych i niezdecydowanych podejmujących decyzję o konkretnym wyborze dopiero w trakcie kampanii⁶. Na to zjawisko nałożyła się większa niż dawniej mobilność społeczna ludności / częste zmiany zawodu, miejsca zamieszkania, miejsca w hierarchii społecznej/ owocująca spadkiem znaczenia i rozmywaniem się dawniej ściśle rozgraniczonych grup interesów, na których bazowały poprzednio partie polityczne. Spowodowało to konieczność przeprowadzenia przez nie reorientacji programów polityczno-wyborczych i odejście od

4 R. Wiszniowski, *Marketing wyborczy*, Wrocław 2000, s. 11.

5 N. Chomsky, *Propaganda and the Public Mind*, London 2001, s. 117.

6 M. Mazur, *Cechy szczególne marketingu politycznego*, w: *Polityka: przedmiot badań i formy jej przejawiania się*, pod red. P. Dobrowolskiego i M. Stolarczyka, Katowice 2000, s. 258.

sztynych zasad ideologicznych w celu pozyskania wyborcy neutralnego ideowo i niezdecydowanego politycznie. Nie chodziło tu już jak poprzednio o zdecydowanego zwolennika, ale o jednorazową decyzję wyborczą⁷. Partie, które tego nie uczyniły ulegały z czasem marginalizacji, a te które na ten krok się zdecydowały, przetrwały, lecz uległy dezideologizacji. Przedstawiane przez nie programy polityczno-wyborcze zostały dostosowane do oczekiwań przeciętnego wyborcy, przez co stały się w wielu zasadniczych aspektach podobne do siebie, różniąc się od programów innych partii nagłośnionymi, lecz drugorzędnymi szczegółami. Program polityczny wraz z osobą polityka stał się towarem oferowanym przez żądną władzy partię na rynku polityczno-wyborczym tak jak robią to normalni producenci na rynku towarowym⁸.

Nic więc dziwnego, iż kampanie wyborcze podobnie jak normalne kampanie reklamowe uległy znaczącej profesjonalizacji i w sumie zaczęły je coraz bardziej przypominać, a politycy stali się czymś w rodzaju zρέcznie oferowanego konsumentom panaceum na różne problemy⁹.

Rosnące znaczenie głosu niezdecydowanego wyborcy przesunęło w programach politycznych punkt ciężkości z pryncypiów ideowych na problemy dnia dzisiejszego, możliwe do rozwiązania w znacząco bliskiej przyszłości, które w sposób istotny interesują znaczącą liczbę głosujących. Na dalszy plan zeszły wielkie problemy polityki światowej, a wysunęły się na czoło w myśl zasady, iż koszula bliższa jest ciału, sprawy związane z codziennym bytowaniem wyborców¹⁰. Koniec zimnej wojny spowodował, że problem bezpieczeństwa zaczął się wyborcom bardziej kojarzyć z utemperowaniem złodziei i chuliganów niż pokojem światowym. Niezwykle istotne stały się zagadnienia polityki gospodarczej odczuwane w różnym stopniu, ale przez wszystkich wyborców. Ponieważ ofertę polityczną partie starają się kierować do stosunkowo szerokiej rzeszy wyborców, to akcenty w programach muszą być w miarę równo rozłożone, by mogły dotrzeć do w miarę zróżnicowanej grupy ludzi. Siłą rzeczy główny

7 M. Kolczyński, J. Sztumski, *Marketing polityczny. Kształtowanie indywidualnych i zbiorowych opinii, postaw i zachowań*, Katowice 2000, s. 104.

8 J. Muszyński, *Marketing polityczny*, Warszawa 1999, s. 118.

9 J. Finck, *Enthusiastische Heilsverkuendigung*, Muenster 1969, s. 107.

10 D. Skrzypiński, *Strategie partii politycznych*, w: *Marketing polityczny w teorii i praktyce*, pod red. A. W. Jabłońskiego i L. Sobkowiaka, Wrocław 2002, s. 140.

nacisk kładzie się na sprawy ogólniejsze, dotyczące w zasadzie całego społeczeństwa jak wysokość podatków czy inflacji oraz stopę bezrobocia¹¹.

Cykliczność wyborów i kampanii wyborczych / choć obecnie można już mówić o występowaniu zjawiska permanentnej kampanii wyborczej, gdyż zaraz po wyborach partie zaczynają przygotowania do następnych wyborów / skłania do zastanowienia się czy nie istnieją różnego typu prawidłowości, które wymuszają określone i możliwe do przewidzenia zachowania zarówno polityków jak i wyborców. Istnieje bowiem szereg zjawisk niezależnych od woli jednych i drugich a determinujących ich zachowania. Mogą to być z jednej strony uwarunkowania prawne wymuszające określony model kampanii wyborczej. Zjawiska z dziedziny psychologii i zachowań społecznych określające sposoby przekazu informacji i reakcji na nie, a przede wszystkim mechanizmy ekonomiczne w znaczący sposób wpływające na położenie wyborców, a tym samym ich reakcje na polityków i ich działania¹².

Oczywiście relacje między polityką a gospodarką mają charakter sprzężenia zwrotnego, gdyż również politycy z uwagi na swoje interesy potrafią skutecznie wpływać na funkcjonowania gospodarki nadając przebiegającym w niej procesom charakter dla siebie pożądany. Pierwszym, który już w latach czterdziestych XX w. zwrócił uwagę na istnienie w gospodarce tzw. politycznego cyklu koniunkturalnego był Michał Kalecki. Później koncepcje te rozwinął amerykański ekonomista J. Akerman¹³. Myśl Kaleckiego polegała na założeniu dużego wpływu na brak stabilności gospodarki polityki władz państwowych, które same z kolei podatne są na wpływy różnych grup nacisku. Spośród nich największe znaczenie przypisano potraktowanym jako względne całości z uwagi na sprzeczność interesów pracobiorcom i przedsiębiorcom. W okresie kiedy gospodarka znajduje się w stadium kryzysowym, a bezrobocie osiąga niepokojące rozmiary, władze centralne w obliczu niepokojów społecznych lub w obawie przed nimi podejmują w celu ograniczenia bezrobocia decyzje sprzyjające ożywieniu gospodarczemu np. uruchamiając inwestycje publiczne, których źródłem finansowania jest deficyt budżetowy. Po przezwyciężeniu trudności, kiedy

11 O. Thomson, *Historia propagandy*, Warszawa 2001, s. 11.

12 J. Borucka, D. Skrzypiński, *Polityka skuteczna. Marketingowa analiza sukcesu wyborczego*, Wrocław 1995, s. 31.

13 J. Akerman, „Political Economic Cycles”, 1947, *Kyklos*

gospodarka wejdzie w fazę ożywienia z kolei nacisk środowisk powiązanych z przedstawicielami kapitału powoduje, że władze zmieniają politykę dążąc do ograniczenia deficytu budżetowego, a tym samym zduszenia inflacji, co z kolei zaczyna sprzyjać wzrostowi bezrobocia. W sumie więc polityczny cykl koniunkturalny ma polegać na wahaniach koniunkturalnych w dużym stopniu wywołanych przez podyktowane względami społeczno-politycznymi działaniami władz centralnych¹⁴

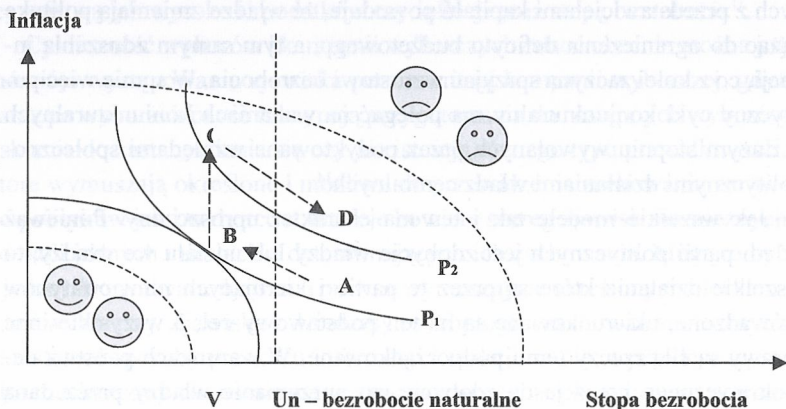
Jak wszelkie modele tak i ten ma charakter uproszczony. Ponieważ celem partii politycznych jest zdobycie władzy lub udziału we władzy, to wszelkie działania które są przez te partie i kierujących nimi polityków prowadzone, ukierunkowane są na ten podstawowy cel, a wszystkie inne sprawy są siłą rzeczy temu podporządkowane. W warunkach państwa demokratycznego rzecz jasna zdobycie czy utrzymanie władzy przez daną partię czy grupę polityków uzależnione jest od zwycięstw w cyklicznie odbywających się wyborach. W celu odniesienia sukcesu wyborczego stosuje się wszelkie możliwe posunięcia, korzystając przy tym z doświadczonych specjalistów z dziedziny marketingu politycznego. Obok walki słowno-propagandowej duże znaczenie mają tu też konkretne posunięcia, których arena jest przede wszystkim gospodarka z uwagi na to, iż w sumie los całego elektoratu zależy od jej sytuacji. W dodatku stan gospodarki silnie oddziałuje na wyobraźnię wyborców. W dodatku zakłada się, iż wyborcy mają stosunkowo krótką pamięć i reagują impulsywnie głównie w oparciu o sytuację bieżącą. Jedynie niewielka ich część zdobywa się na chłodną ocenę sytuacji w oparciu o wiedzę naukową i wieloletnie doświadczenia¹⁵. W związku z tym przyjmuje się, że zachowania wyborców będą powtarzalne i wykonywane pod wpływem aktualnych bodźców sytuacyjnych oraz nie wpłyną na nie doświadczenia z okresu minionych wyborów. W sumie zakłada się, iż przebiegli i cyniczni politycy stale wyprowadzają w pole naiwnych wyborców¹⁶.

14 M. Kalecki, *A Macrodynamic Theory of Business Cycles*, 1935, *Econometrica*

15 F. C. Barlett, *Political Propaganda*, Cambridge 1942, s. 71.

16 H. J. Abelson, Ph. D. Crosby, *Persuasion*, London 1960, s. 6.

Rys. 1



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykresu zamieszczonego w: M. Lubiński, *Analiza koniunktury i badanie rynków*, Warszawa 2002, s. 98.

Graficznie mechanizm ten można przedstawić wykorzystując tzw. krzywą Philipsa /rys. 1/. Przedstawia ona wzajemne zależności między stopami bezrobocia i inflacji. Społeczno-polityczne uwarunkowania ukazuje tzw. krzywa obojętności /V/. Wraz ze zbliżaniem się do niej wzrasta poparcie dla rządu, gdyż sytuacja ekonomiczna społeczeństwa jako całości jest korzystniejsza. Zresztą jakiegokolwiek położenie wartości na krzywej obojętności będzie odpowiadać rządowi, gdyż zakłada się, że sytuacja ta przełoży się na zwycięstwo wyborcze i utrzymanie władzy przez grupę rządzącą. Dlatego też, rząd powinien prowadzić politykę utrzymującą zarówno bezrobocie jak i inflację w pożądanym rozmiarach. Na przekór tym dążeniom staje jednakże tzw. krzywa Philipsa przedstawiająca możliwe skutki tego typu działań. Najbardziej dogodny dla gospodarki i rządu byłoby, gdyby znalazła się ona w punkcie B. Jednakże prawdopodobieństwo zajścia takowego faktu jest niewielkie. Z dużą dozą prawdopodobieństwa można przyjąć, że po pewnym okresie rządów danej opcji politycznej gospodarka znajdzie się jednak w punkcie A. W tym położeniu poziom bezrobocia wydaje się zbyt wysoki i notowania rządu spadają. Wobec zbliżania się wyborów dla po-

prawy swoich notowań rząd podejmuje ekspansywną politykę pieniężną polegającą np. na obniżeniu stopy redyskontowej, stopy procentowej oraz skupie papierów wartościowych. W rezultacie zwiększa się podaż pieniądza w gospodarce, co owocuje zwiększeniem popytu na towary, ogólnym przekonaniem o poprawie koniunktury, a przede wszystkim wzrostem produkcji i zatrudnienia. Na skutek tego gospodarka znalazła się w punkcie B / Według Milтона Friedmana wzrost zatrudnienia jest możliwy dzięki tzw. iluzji pieniężnej pracowników, którzy traktują wzrost płac nominalnych jako wzrost w kategoriach realnych i zwiększają z tego powodu podaż pracy. Wzrost zatrudnienia jest jednak tylko przejściowy, gdyż po pewnym czasie pracownicy uświadomią sobie swoje błędne oczekiwania inflacyjne i dostosują się do faktycznej inflacji.¹⁷ Ale niestety utrzymanie się w nim na dłuższą metę nie jest możliwe. Następuje bowiem jednocześnie nieuchronne zwiększenie tempa wzrostu cen pobudzające oczekiwania inflacyjne. Efektem tego jest przesunięcie się gospodarki na wyżej położoną krzywą Philipsa do punktu C. W tym czasie odbyły się już wybory i występująca w punkcie C zbyt wysoka inflacja staje się obiektem zmagania ze strony nowego już rządu, który zmuszony jest dla jej opanowania pod sporym naciskiem kapitału do prowadzenia restrykcyjnej polityki pieniężnej. Wynik jest taki, że inflacja zostaje wreszcie przyhamowana, ale za to niebezpiecznie wzrasta bezrobocie. Gospodarka powraca do położenia A i w ten sposób następuje zamknięcie cyklu, który zostaje ponownie rozpoczęty w momencie zbliżania się wyborów. Istnieje w literaturze także druga wersja cyklu politycznego, zakładająca iż partie polityczne obok posługiwania się socjotechniką także muszą liczyć się z założeniami ideologii, z której wyrosły. Z tych to założeń wynika często preferowanie przez określoną partię konkretnych kierunków polityki gospodarczej. Teoretycznie więc partie o proweniencji lewicowej powinny bardziej koncentrować się na walce z bezrobociem, a liberałowie i konserwatyści głównie dążyć do zdławienia inflacji. Przejęcie władzy przez partię o innej niż dotychczas rządzący obóz orientacji powinno przynieść w polityce gospodarczej wyraźną zmianę. Trochę bardziej skomplikowana może być sytuacja, kiedy zostaje utworzony rząd koalicyjny łączący partie o często sprzecznych opcjach ideowych. W tym wypadku

17 M. Lubiński, *Analiza koniunktury i badanie rynków*, Warszawa 2002, s. 98

dążenia do wcielania w życie zasad ideowych mogą być przez partnerów koalicji wzajemnie wyhamowywane¹⁸. Jednakże, gdyby tak przyjrzeć się systemom partyjnym najwyżej rozwiniętych państw oraz programom najsilniejszych partii sprawującym lub mającym szansę sprawować władzę to daje się zauważyć zjawisko uśredniania tych programów, które coraz bardziej upodobniają się do siebie. Systematycznie zanikają faktyczne różnice ideologiczne między najsilniejszymi partiami. Wszystkie one chcą być jednocześnie wrażliwe społecznie i skuteczne gospodarczo. Zanik tych różnic daje się szczególnie odczuć w programach i praktyce rządzących partii. Walka przedwyborcza nie ma już charakteru ideologiczno-propagandowego jak kiedyś a jedynie marketingowo-socjotechniczny. W walce przedwyborczej liczy się bardziej osobowość kandydata i niedawne dokonania gospodarcze czy polityczne danej partii/jeśli rządziła/ lub przeciwników / jeśli była w opozycji/ niż istniejący czasem w nazwie a zawsze w jakiś dokumentach partyjnych nie za bardzo już dzisiaj potrzebny багаż ideologiczny¹⁹. Nikogo już dziś nie dziwi prorozwojowa argumentacja socjaldemokratów ani utyskiwania prawicowych nacjonalistów nad losem robotników z zamykanych fabryk. Ze strony ideologii nie należy się dziś raczej spodziewać możliwości zanegowania lub większego zakłócenia politycznego cyklu koniunkturalnego. Tak czy inaczej wybory przez swój element niepewności, kto w ich wyniku przejmie władzę, wprowadzają przy okazji każdej kampanii wyborczej pewne zawirowanie gospodarcze. Jeśli dotychczasowy rząd się utrzyma sytuacja szybciej wraca do normy. Jeśli do władzy dochodzi opozycja, szczególnie gdy chodzi o ekipę, która jeszcze nigdy nie rządziła, to wstrząs jest znacznie większy. Tym niemniej i on zostaje stosunkowo szybko przezwyciężony²⁰. Powstaje jednak pytanie czy cykl polityczny jako samodzielne zjawisko inspirujące wielkie procesy zachodzące w gospodarce naprawdę istnieje i w jakich rzeczywistych wymiarach wpływa na losy całości gospodarki. Oczywiście jest rzeczą, iż sytuacja przedwyborcza sprzyja rzucaniu wyborcom rozmaitych obietnic – szczególnie odnoszących się do spraw gospodarczych. Problemy ekonomiczne jak żadne inne nadają się znakomicie do wykorzystania w kampanii wyborczej. Obietnice gospo-

18 M. Kalecki, A Macrodynamic Theory of Business Cycles, 1935, *Econometrica*

19 M. Mazur, Marketing.....op.cit., s. 25.

20 J. Akerman „Political Economic Cycles”, 1947, *Kyklos*

darce mogą być mało konkretne i w zasadzie przeważnie muszą, gdyż przeciętny wyborca i tak nie jest w stanie zorientować się w wysokościach stóp procentowych, indeksów giełdowych, emisji papierów wartościowych itp. Zamiast tego otrzymuje cieszące go ogólniki jak spadek bezrobocia, poprawa koniunktury itd. Obietnice w dziedzinie polityki zagranicznej, żeby miały jakąś wagę i były dobrze odebrane muszą mieć wymiar bardzo konkretny jak np. ostatnio w Hiszpanii socjaliści obiecywali wycofanie wojsk z Iraku i pomogło im to w wygraniu wyborów. Poza tym położeniem gospodarczym zainteresowany jest każdy, co daje kampanii marketingowej prowadzonej w tym kierunku dużą nośność i szerokie audytorium. Prócz tego problemy typowo polityczne mają w sobie często okazjonalny charakter np. w tej chwili sytuacja w Iraku. Opinia publiczna ma tendencję do nudzenia się nimi wobec czego dany problem można wykorzystać tylko przy jednej kampanii. Natomiast sprawy związane z gospodarką, ochroną zdrowia i bezpieczeństwem mają charakter ponadczasowy. Z góry więc wiadomo przed każdą kampanią, że opozycja wytoczy najcięższe armaty właśnie w kwestiach zbyt dużego bezrobocia oraz zastoju gospodarczego itp. zarzucając rządowi niekompetencję, niewrażliwość na problemy regionów, grup zawodowych, bezrobotnych itd.²¹. Skoro zrobi tak opozycja to strona rządowa również nie będzie się temu przyglądała biernie. Tym bardziej, że w odróżnieniu od opozycji może nie tylko działać słowem, ale i czynem. Nic więc dziwnego, że w obliczu wyborów podejmie działania mogące chociaż stworzyć pozory sukcesu gospodarczego i wykazania swoich kompetencji w rządzeniu. Działania te będą głównie dotyczyć sztucznego ożywienia koniunktury i ograniczenia rezultatów bezrobocia, ale mogą także dotyczyć sztucznego utrzymywania przy życiu za pieniądze podatników nierentownych branż poprzez ujawniane niedługo przed wyborami różne cudowne programy naprawcze. Oczywiście te wszelkie działania władz polegające na ingerencji w gospodarkę dla osiągnięcia doraźnych zysków politycznych bez liczenia się z długofalowym interesem społeczeństwa jako całości mają rozliczne ograniczenia w postaci różnego typu zobowiązań międzynarodowych i powiązań z MFW i BŚ czy regionalnymi organizacjami gospodarczymi, sytuacji samej gospodarki, przepisów wewnętrznych określających

21 R. Wiszniewski, op. cit., s. 74 – 75.

pozycję banku centralnego itp. Następną sprawą jest kwestia skuteczności tego typu posunięć wobec wyborców. Istotne jest też pytanie na ile wyborcy dadzą się zwinąć tego typu posunięciom. Oczywiście na postawę wyborców wpływać może w danym momencie wiele czynników, jak np. zmęczenie długotrwałymi rządami danej formacji czy niechęć do konkretnych polityków. Jednakże na w miarę ustabilizowanej scenie politycznej i przy braku jakiś innych wyjątkowych wydarzeń i czynników umiejętnie stworzenie atmosfery ożywienia i wzrostu gospodarczego da możliwość przeprowadzenia kampanii marketingowej ukazującej tą choć pozornie korzystną sytuację jako efekt długotrwałej i mozolnej pracy ekipy rządowej. Udowadniając tym samym jej kompetencje predestynujące ją do dalszego rządzenia przez kolejną kadencję. Problem polega natomiast na tym czy rząd będzie potrafił wygenerować zmiany gospodarcze w odpowiednim czasie i jak będzie łączył się w miarę regularny polityczny cykl koniunkturalny z nieregularnymi wahaniami naturalnej koniunktury w gospodarce. Niewątpliwie synchronizacja taka nie jest możliwa ani konieczna. Same zresztą działania władz centralnych oddziałują na gospodarkę w różnym stopniu i tempie w zależności od okoliczności. Nie dają się więc dokładnie przewidzieć kiedy i z jaką siłą zaowocują²². Ale dla celów marketingu politycznego dadzą się wykorzystać nawet niewielkie oznaki hossy. Generalnie można by stwierdzić, iż ujawnienie się cyklu politycznego byłoby sukcesem rządzącej formacji i dowodziłoby jej dużych możliwości kontrolowania gospodarki i ludzkich umysłów. W przeciwnym razie należałoby uznać, że rządzący tego nie potrafią bądź nie sprzyjały im okoliczności. Wobec tego warto byłoby się zastanowić czy w III RP możemy mówić o występowaniu politycznego cyklu koniunkturalnego lub jego elementów. Sytuacja w Polsce jest oczywiście bardziej skomplikowana i mniej przewidywalna niż w dawno ukształtowanych i okrzepłych demokracjach zachodnich. Czasy funkcjonowania w Polsce ustroju demokratycznego stwarzają znaczne trudności w obserwacji zjawisk wyraźnie często widocznych w innych krajach. Dzieje się tak z uwagi na krótki bo zaledwie piętnastoletni okres istnienia III RP, a także dlatego, iż znaczna część tego czasu przypada na perturbacje związane z transformacją ustrojową w postaci przemian gospodarczych oraz

22 J. Gajdar, *Anomalie wzrostu gospodarczego*, Warszawa 1999

wykształcaniem się demokratycznego systemu politycznego. Tym niemniej okres ten choć krótki i burzliwy, w czasie którego zachodziły różnego typu zmiany, daje pewne możliwości badań i obserwacji. Niewątpliwie jego spójnym elementem jest klasa polityczna sprawująca w tym czasie władzę. Składała się ona przez ten cały okres w znacznej większości z ludzi, którzy zaistnieli, po różnych co prawda stronach sceny politycznej, wkrótce po wydarzeniach okrągłego stołu. Politycy ci tasowali się w różnoraki sposób, walczyli ze sobą, łączyli się w partie, porozumienia, trwali stale przy określonych opcjach, wędrowali między różnymi ugrupowaniami, raz będąc przy władzy a raz w opozycji, stale kręcili się jednak na karuzeli władzy i polityki, do której tylko z wielkim trudem próbowali się dobijać inni²³. Czas ich dobiegnie w dużym stopniu końca wraz z zakończeniem bieżących kadencji sejmowej i prezydenckiej. W okresie tym mimo olbrzymiego rozbitcia jakie ogarnęło szczególnie prawą stronę sceny politycznej okazało się, że generalnie różnego typu partie o najróżniejszych programach politycznych gotowe są w celu zdobycia władzy łączyć się w określone bloki zdecydowanie często odrzucając jakiegokolwiek porozumienie z blokiem przeciwnym. Wyłoniły się dwa takie bloki zamiennie sprawujące przez ten okres w Polsce władzę. Z jednej strony były to ugrupowania wywodzące się w większości z antypezetpeerowskiej opozycji głównie skupionej dawniej wokół „Solidarności”. Z drugiej strony partie będące spadkobiercami PZPR i jej sojuszników wsparte przez różne nowo powstałe ugrupowania o lewicowym nastawieniu. Podział między tymi blokami nie był tak prosty jakby to się wydawało lewica – prawica. W skład bloku nazwijmy go lewicowego istotnie wchodziły partie jak PPS czy UP szermujące ochoczo hasłami sprawiedliwości i wrażliwości społecznej, ale ton nadawali tutaj i ustalali kierunki polityki pragmatyczni technokraci z SdRP czy później SLD. W skład natomiast bloku nazwijmy go prawicowego wchodziło sporo partii i partyjek głoszących różnego typu fundamentalizm, mówiących dużo o wartościach narodowych, sprawiedliwym podziale majątku narodowego, innej drodze rozwoju itp., lecz i tak zasadnicze decyzje szczególnie w sprawach ekonomicznych podejmowali raczej zwolennicy opcji liberalno-pragmatycznej skupiający się w KLD a później UW. W sumie zaszyły okoliczności

23 A. Krupa, *Prawie Biała Księga polskiej sceny politycznej*, Warszawa 1997, s. 151-232.

sprzyjające pojawieniu się politycznego cyklu koniunkturalnego. Władza przechodziła mniej więcej regularnie co wybory z rąk do rąk. Politycy kierujący władzami centralnymi nie byli zbyt przywiązani do ideologii, szczególnie tam gdzie chodziło o ich interesy. Zasadniczym celem polityków nie było wprowadzenie w czyn jakiś określonych idei, lecz realizowanie swoich interesów czyli zdobywanie lub utrzymywanie władzy. Niezależnie bowiem jaka opcja była u władzy, to realizowana była ta sama w gruncie rzeczy polityka zagraniczna i wewnętrzna. Obawy jakie żywiono odnośnie tzw. lewicy jeśli chodzi o integrację z NATO i UE, stosunki z Kościołem oraz prywatyzację gospodarki okazały się płonne, bo polityka SLD w tych sprawach była w sumie tożsama z polityką rządów postsolidarnościowych. Czasy III RP możemy podzielić na dwa wyraźnie różniące się okresy. Pierwszy to czasy przed wrześniem 1993 roku kiedy to zapoczątkowany został drugi trwający do dziś. Ten pierwszy okres nie będzie nas interesował, gdyż możliwości występowania wtedy politycznego cyklu koniunkturalnego za bardzo nie było. Wynikało to z wielu przyczyn. Po pierwsze transformacja dopiero się rozpoczęła. Nieustannie dokonywano zmian w ustawodawstwie określającym funkcjonowanie systemu politycznego tworząc prawne podstawy dla działania ustroju demokratycznego np. mała konstytucja 1992 r. Scena polityczna dopiero się kształtowała. Ustalenia okrągłego stołu przewidywały początkowo dość długi okres przejściowy z sześcioletnią prezydenturą Wojciecha Jaruzelskiego i kontraktowym parlamentem na 4 lata, w którym większość mieli stanowić nominaci starego układu. Jednakże zdecydowane parcie oddolne w połączeniu z korzystną sytuacją międzynarodową umożliwiło szereg szybko zachodzących zmian. Jak grzyby po deszczu powstawały nowe partie polityczne najrozmaitszych opcji. Postępowała dekompozycja obozu solidarnościowego. Rozwiązaniu uległa PZPR i pojawiła się postkomunistyczna lewica. Przekształceniu zgodnie z nowymi warunkami uległ też dawny pezetpeerowski sojusznik ZSL. Wybory prezydenckie oznaczały już wyraźne odejście od ustaleń okrągłego stołu, a finałem tego procesu były pierwsze wolne wybory do sejmu. Ich efektem był rozczłonkowany politycznie parlament o efemerycznym charakterze. Tocząca się wewnątrz niego walka polityczna doprowadziła zresztą do jego przedterminowego rozwiązania. Dokonująca się w tym czasie transformacja dotyczyła oczywiście również zagadnień go-

spodarczych. Przyspieszone przejście do gospodarki rynkowej dokonywało się w znacznym stopniu chaotycznie, a przyspieszona prywatyzacja była różnie oceniana. Pojawiło się nieznanne przedtem bezrobocie, ale plan Balcerowicza oznaczał wyhamowanie inflacji. Społeczeństwo początkowo nawet zdecydowane było ponosić koszty transformacji licząc na późniejszą poprawę i wyjście z socjalistycznego marazmu. Jednakże cierpliwość ta po pewnym czasie się wyczerpała przyczyniając się do klęski wyborczej obozu postsolidarnościowego. Duża część partii powstałych zresztą na jego gruzach nie doceniała właściwie problemów ekonomicznych koncentrując się na taktyce rozszczeniowo-rozliczeniowej. Przejęcie władzy przez SLD i PSL zupełnie zmieniło sytuację. Doszli do władzy ludzie wyzwoleni z gorsetu ideologicznego – pragmatyczni technokraci zręcznie posługujący się socjotechniką, dla których najważniejszym celem stawała się sama władza i jej utrzymanie. Pięcioprocentowy próg wyborczy dla partii i ośmio dla koalicji zamknął sejm przed pstrokacizną drobnicy politycznej i spowodował, iż od tego momentu mamy trzy kadencje sejmowe, które mimo rozlicznych kryzysów wykazały tendencję do trwania aż do końca regulaminowego czasu. W ten sposób rządzący mieli możliwości przeprowadzania odpowiednich nacisków na kształtowanie koniunktury gospodarczej. Mieli też w tym swój interes, gdyż problemy ekonomiczne zaczęły coraz bardziej interesować społeczeństwo wypierając z przesłań marketingowych hasła dotyczące innych spraw. Nawet partia o profilu nacjonalistycznym nastawiała się głównie na kwestie własności i niezależności gospodarczej oraz interesu narodowego w polityce ekonomicznej. Problem powodzenia gospodarczego stawał się problemem być albo nie być w następnych wyborach. Sytuację komplikowało tylko to, iż NBP uzyskał niezależną pozycję i powstała RPP, na które to instytucje rządu miały wpływ ograniczony. Dodatkowo zawężyły tu pole manewru stosunki z MFW i BS a także obwarowania związane z dążeniem Polski do integracji z UE. Jednak i tak w rękach rządu pozostawało dość sposobów i środków, aby wpływać na gospodarkę. Dla pierwszej kadencji z tego okresu czyli dla lat 1993-1997 charakterystyczne było występowanie jeszcze w gospodarce efektów transformacji, które potem zanikły. Do 1996 roku proces wzrostu gospodarczego nie przekładał się tak bardzo na spadek bezrobocia, gdyż przedsiębiorstwa likwidowały zbędne miejsca pracy, a sporo zakładów z przerostami zatrudnienia

upadało będąc na rynku zastępowanymi przez nowe dynamiczne firmy prywatne z niewielkimi załogami. Ważnym sposobem ingerencji w gospodarkę, aby uzyskać pozytywny dla siebie rezultat w przyszłych wyborach było więc dla rządzącej koalicji wspieranie nierentownych przedsiębiorstw państwowych w celu utrzymania nie tyle produkcji ile zatrudnienia. Dotyczyło to nie tylko przemysłu zbrojeniowego, co można by uzasadniać interesem państwa, ale dofinansowywano BGŻ i różne agencje powiązane z rolnictwem, w których ludzie zatrudnieni stanowili przecież podstawową bazę PSL, kopalnie, huty i inne molochy przemysłowe w dużym stopniu skazane na zagładę w dalszej perspektywie. Topiono tak pieniądze podatników starając się łagodzić niezadowolenie społeczne. Dla SLD ważny był elektorat robotniczy z rejonów zagrożonych totalnym bezrobociem. Generalnie podjęte przez władze działania musiały wraz z innymi posunięciami typu finansowego w połączeniu z ogólną poprawą koniunktury na świecie przynieść w efekcie pewien wzrost PKB i spadek bezrobocia przy wzroście inflacji trzymanej jednak w pewnych ryzach. Wszystko to miało w założeniu przynieść sukces w walce o władzę w wyborach 1997 r.²⁴ Skutki ekonomiczne nastąpiły, ale zwycięstwo wyborcze nie. Złożyły się na ten wyborczy finał dwa fakty. Katastrofalna powódź w połączeniu z arogancką wypowiedzią premiera wykazała niesprawność eseldowskiego rządu w sytuacji kryzysowej. Zjednoczenie prawicy przez Mariana Krzaklewskiego umożliwiło stworzenie koalicji wyborczej zdolnej do sięgnięcia po władzę. W sumie SLD zwiększył nawet swój stan posiadania głosów wyborców, ale ponieważ klęskę poniosły PSL i UP to mógł jedynie stać się w parlamencie najsilniejszą opozycją²⁵.

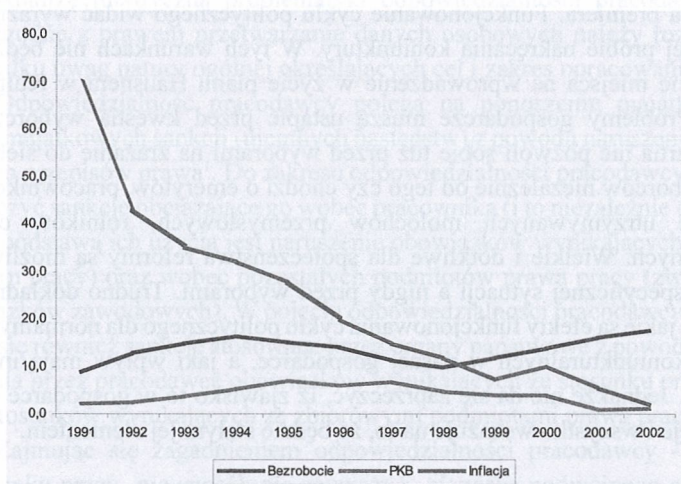
Skutki działań poprzedniej ekipy stały się widoczne po przejściu władzy przez koalicję AWS-UW /rys.2/, która zresztą zaczęła prowadzić inną politykę gospodarczą. Głównym jej założeniem stało się zduszenie inflacji i przeprowadzenie czterech kosztownych reform. Początkowo jeszcze istniała koniunktura sztucznie podtrzymywana przez napływ obcego kapitału oraz działały efekty poprzednich posunięć. Do 1998 roku bezrobocie ciągle spadało. Wraz jednak z pogarszającą się sytuacją w Niemczech nadchodziła recesja jakby nakładając się na elementy cyklu politycznego. Już w połowie

24 „Polityka”, 6 I 1996, s. 16-17; 2 III 1996, s. 70-71; 1 III 1997, s. 60-61; 26 VII 1997, s. 54-55.

25 S. Gebethner, Wybory do sejmiku i senatu, Warszawa 2001, s. 248.

premierostwa Jerzego Buzka wybuchły niepokoje związane z trudną sytuacją w rolnictwie, dzięki czemu wzrosła popularność Andrzeja Leppera. Pojawił się poważny problem w górnictwie oraz branży zbrojeniowej. Nastąpił gwałtowny wzrost bezrobocia. Rząd Jerzego Buzka osłabiony dodatkowo przez wycofanie się koalicji Unii Wolności nie potrafił opanować sytuacji zarówno z uwagi na ogólną recesję jak i własną niemożność. Podejmował jednak typowe dla cyklu politycznego próby ratowania sytuacji. Dzięki czemu zdołał co prawda zahamować spadek tempa wzrostu PKB, ale nie był w stanie zatrzymać wzrostu bezrobocia bezpośrednio przed wyborami.

Rys. 2 Bezrobocie, inflacja, PKB w latach 1991 -2002



Źródło: GUS 2002

Efektom tych działań stała się tylko olbrzymia dziura budżetowa²⁶. Niepowodzenie tych działań przełożyło się w 2001 roku na całkowitą klęskę wyborczą RS AWS UW a rok wcześniej Mariana Krzaklewskiego obok oczywiście całkiem innych przyczyn. Po zwycięstwie wyborczym SLD-UP

²⁶ „Polityka”, 18 VII 1998, s. 40-41; 26 IX 1998, s. 24-26; 7 XI 1998, s. 20-21; 21 XI 1998, s. 22-24. „Wprost”, 4 VII 1999, s. 34; 5 XI 2000, s.31.54; 21 I 2001, s. 19-20; 25 III 2001, s. 46-47.

nowy premier Leszek Miller, który w kampanii wyborczej przedstawił się w roli wszechmocnego tytana pierwszy okres swoich rządów poświęcił na walkę z Radą Polityki Pieniężnej, co mimo nagłośnienia propagandowego nie przynosiło początkowo wielkich sukcesów. Powstaje w związku z tym pytanie dlaczego w niezgodzie z teorią cyklu politycznego premier podjął działania, które w zasadzie winien podjąć w drugiej połowie swoich rządów. Wydaje się, że chodziło tu prawdopodobnie o wykreowanie marketingowego obrazu człowieka sukcesu, co dawałoby ewentualne szanse w wyborach prezydenckich. Stąd chyba wynikało wiele niekonsekwencji w działaniach tego rządu. Niepowodzenia polityczne różnego typu i konflikty w obozie rządzącym przekreśliły nie tylko te domniemane plany, ale doprowadziły do ustąpienia premiera. Funkcjonowanie cyklu politycznego widać wyraźnie w obecnej próbie nakręcania koniunktury. W tych warunkach nie będzie oczywiście miejsca na wprowadzenie w życie planu Hausnera w realnej wersji. Problemy gospodarcze muszą ustąpić przed kwestią wyborczą. Żadna partia nie pozwoli sobie tuż przed wyborami na zrażanie do siebie rzesz wyborców niezależnie od tego czy chodzi o emerytów, pracowników sztucznie utrzymywanych molochów przemysłowych, rolników czy bezrobotnych. Wielkie i dotkliwe dla społeczeństwa reformy są możliwe tylko w specyficznej sytuacji a nigdy przed wyborami. Trudno dokładnie wyliczyć jakie są efekty funkcjonowania cyklu politycznego dla normalnych cyklów koniunkturalnych w naszej gospodarce, a jaki wpływ mają inne czynniki. Jednakże nie da się zaprzeczyć, iż zjawisko to w gospodarce III RP istnieje i wszystko wskazuje na to, że będzie stałym jej elementem.