

**Political Preferences**

**5/2013**

**Redakcja naukowa:**  
Danuta Plecka  
Agnieszka Turska-Kawa

Katowice 2013

#### Rada Naukowa:

prof. dr hab. Roman Bäcker (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Polska), prof. dr hab. Tadeusz Godlewski (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Polska), prof. dr hab. Iwona Jakubowska-Branicka (Uniwersytet Warszawski, Polska), prof. dr hab. Slavomir Magál (Uniwersytet św. Cyryla i Metodego w Trnawie, Słowacja), prof. dr hab. Jozef Matúš (Uniwersytet św. Cyryla i Metodego w Trnawie, Słowacja), prof. dr hab. Libor Pavera (Wyższa Szkoła Handlowa, Praga, Czechy), prof. dr hab. Dana Petranová (Uniwersytet św. Cyryla i Metodego w Trnawie, Słowacja), prof. dr hab. Olga Prokopenko (Sumski Uniwersytet Narodowy, Ukraina), prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas (Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Polska), prof. dr hab. Jerzy Sielski (Uniwersytet Szczeciński, Polska), dr Marcianna Augustyn (Uniwersytet w Hull, Anglia)

#### Kolegium redakcyjne:

dr Agnieszka Turska-Kawa (redaktor naczelna)  
dr hab. Robert Alberski (redaktor tematyczny: systemy i zachowania wyborcze)  
prof. UMK dr hab. Danuta Plecka (redaktor tematyczny: identyfikacje polityczne)  
dr hab. Łukasz Tomczak (redaktor tematyczny: partie polityczne)  
dr Zbigniew Widera (redaktor tematyczny: marketing polityczny)  
dr Waldemar Wojtasik (redaktor tematyczny: systemy partyjne)  
mgr Przemysław Grzonka (redaktor statystyczny)  
mgr Jarosław Wichura (sekretarz)

#### Recenzenci:

prof. dr hab. Ľudmila Čábyová (Uniwersytet św. Cyryla i Metodego w Trnawie, Słowacja), prof. dr hab. Norbert Vrabec (Uniwersytet św. Cyryla i Metodego w Trnawie, Słowacja), prof. dr hab. Krzysztof Gajdka (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Polska), prof. dr hab. Tadeusz Godlewski (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Polska), prof. dr hab. Jacek Wojnicki (Uniwersytet Warszawski, Polska), prof. dr hab. Michał Strzelecki (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Polska), prof. dr hab. Dariusz Skrzypiński (Uniwersytet Wrocławski, Polska)

#### Projekt okładki:

Jarosław Wichura

#### Korekta:

Teresa Tokarczyk-Łyszczarz

Wersja pierwotna czasopisma: papierowa.

© Centrum Innowacji, Transferu Technologii i Rozwoju Fundacja Uniwersytetu Śląskiego Katowice 2013

Patronat nad projektem sprawują Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych oraz Towarzystwo Inicjatyw Naukowych.

Wydawcą czasopisma jest Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego oraz Centrum Innowacji, Transferu Technologii i Rozwoju Fundacja Uniwersytetu Śląskiego.

ISBN: 978-83-61975-57-1

ISSN: 2083-327X

Druk:

REMAR, www.remar-sosnowiec.pl, e-mail: wydawnictwo@remar-sosnowiec.pl

---

## SPIS TREŚCI

Wstęp .....	7
<b>Irena Pilch</b> (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) Sześcioczynnikowy model osobowości jako narzędzie analizy osobowościowych różnic pomiędzy grupami wyborców .....	11
<b>Agnieszka Turska-Kawa</b> (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) Marka idealnej partii politycznej w opinii wyborców o różnych preferencjach ideologicznych i partyjnych .....	29
<b>Danuta Plecka</b> (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Polska) Wartości a wartości polityczne w kształtowaniu bezpieczeństwa społecznego...49	
<b>Jarosław Nocoń</b> (Uniwersytet Gdański, Polska) Między uczciwością a skutecznością działania politycznego. Fundamentalny dylemat wyborcy.....	63
<b>Magdalena Musiał-Karg</b> (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska) Opinie polskich wyborców na temat integracji europejskiej i wprowadzenia waluty euro w kontekście kryzysu finansowego w Europie i na świecie .....	75
<b>Julia Liszkowska</b> (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) Polska, Unia Europejska i kryzys. Czy Polacy winią Europę?.....	95
<b>Maciej Marmola</b> (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) <b>Agata Olszanecka</b> (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) Społeczny odbiór Solidarnej Polski Zbigniewa Ziobry .....	115
RECENZJE:	
<b>Michał Strzelecki</b> (red.): <i>Między aprobatą a odrzuceniem. Demokracja polska w refleksji i praktyce politycznej XX i XXI wieku</i> , Wyższa Szk. Informatyki i Ekonomii Tow. Wiedzy Powszechnej, Olsztyn 2012 (Recenzja: Marta Chechłowska-Lipińska).....	131

---

<b>Giorgio Agamben, Alain Badiou, Daniel Bensaïd, Wendy Brown, Jean-Luc Nancy, Jacques Rancière, Kristin Ross oraz Slavoj Žižek:</b> <i>Co dalej z demokracją?</i> (przełożyła Magdalena Kowalska), Wydawnictwo Książka i Prasa, Warszawa 2012 (Recenzja: Bartosz Sitek).....	138
<b>Erik von Kuehnelt-Leddihn:</b> <i>Demokracja – opium dla ludu</i> , Wydawnictwo Prohibita, Warszawa, 2012 (Recenzja: Tomasz Wierzbica).....	143
Spis tabel, wykresów i rysunków.....	155
Summaries.....	159
Aneks .....	163

---

## WSTĘP

W 2013 roku zdecydowanie rozszerzył się zespół badawczy, przeprowadzający badania w ramach projektu, którego wyniki są regularnie prezentowane na łamach czasopisma „Political Preferences”. Dzięki temu udało nam się uczynić badania w większym zakresie interdyscyplinarnymi oraz poszerzyliśmy analizę poszczególnych wątków. Taki zabieg pozwolił wykrystalizować trzy wiodące tematy edycji 2012, których rezultaty zamieszczamy w trzech kolejnych tomach czasopisma „Political Preferences”. Myślą przewodnią niniejszego numeru jest demokracja oraz postawy społeczne wobec różnych jej obszarów. Składa się on z siedmiu tekstów oraz trzech recenzji, podejmujących refleksje nad pracami o przedmiotowym zakresie tomu.

**Irena Pilch** w swoim artykule podejmuje się porównania osobowości wyborców o różnych preferencjach partyjnych i ideologicznych. Badania, których celem jest opis i porównanie profili osobowościowych grup wyborców, pozwalają na lepsze zrozumienie podzielanych przez te grupy postaw i wyborów politycznych. W analizie wykorzystano model HEXACO, autorstwa Kibeom Lee oraz Michaela C. Ashton, który odwołuje się do sześcioczynnikowej struktury osobowości. Autorzy wyróżniają w niej następujące czynniki: Uczciwość, Emocjonalność, Ekstrawersję, Ugodowość, Sumiennność, Otwartość na doświadczenie.

Ten sam model, jednak z przeznaczeniem do diagnozy „osobowości” idealnej partii politycznej w opinii grup różnych elektoratów i osób o odmiennych autoidentyfikacjach na kontinuum lewica-prawica, wykorzystana w badaniach **Agnieszka Turska-Kawa**. Fundamentem przeprowadzonych przez autorkę badań stało się założenie, że wyborcy postrzegają partie polityczne w kategoriach cech charakterystycznych dla ludzi, nadając im unikalne tożsamości.

Bezpieczeństwo społeczne stało się w ostatnich latach istotnym elementem dyskursu o jakości życia jednostek i grup społecznych, co również zauważa **Danuta Plecka**, czyniąc je kontekstem rozważań nad wartościami

**Maciej Marmola**  
Uniwersytet Śląski  
w Katowicach, Polska

**Agata Olszanecka**  
Uniwersytet Śląski  
w Katowicach, Polska

## **SPOŁECZNY ODBIÓR SOLIDARNEJ POLSKI ZBIGNIEWA ZIOBRY**

### ***Abstract:***

#### *The social reception of United Poland*

This article is an attempt to describe the social reception of United Poland (Solidarna Polska) – the new party on Polish political scene founded by former Minister of Justice Zbigniew Ziobro. The authors have tried to answer the question whether this new political initiative can reach the relevant position in Polish party system.

The first part of article includes the most popular theoretical models referring to emergence of new political parties and their impact on party system. The other part presents the main issues connected with United Poland: the genesis of this party, the political program and the marketing strategy.

It has been an introduction to show the results of our research on the social reception of United Poland. According to the research, only a small number of voters believe in success this new party. The most of Polish electorate think that United Poland cannot develop the coherent marketing strategy and their political program cannot be distinguished from parties with parliamentary representation.

### ***Key words:***

social reception, political parties, new parties, United Poland, emergence of new parties

Czas wyborów jest nie tylko okazją do zmierzenia społecznego poparcia udzielanego aktorom politycznym, ale także sprawdzianem wewnętrznej spójności ugrupowań funkcjonujących na scenie politycznej. Porażka wyborcza może stać się czynnikiem potęgującym wewnętrzne tarcia w obrębie ugrupowania, co w konsekwencji może doprowadzić do odłączenia się danej frakcji

i powstania nowej partii politycznej<sup>1</sup>. Przedmiotem analizy w niniejszej pracy będzie odbiór społeczny powstania Solidarnej Polski w kontekście możliwości uzyskania przez partię relewantnej pozycji w polskim systemie partyjnym. W pierwszej części artykułu przedstawimy podejścia badawcze opisujące proces powstawania nowych ugrupowań. Następnie zaprezentujemy genezę Solidarnej Polski oraz działania marketingowe tej formacji. W ostatniej części odniesiemy się natomiast do badań dotyczących społecznego odbioru partii Z. Ziobry.

### *Podejścia badawcze*

W literaturze przedmiotu zasadniczo występują trzy sposoby analizy powstawania nowych partii politycznych, traktujących ten proces przez pryzmat: istniejących instytucji politycznych [Harmel, Robertson 1985; Willey 1998], żądań i postaw elektoratu [Van der Brug, Fennema, Tillie 2005], bądź też interakcji między istniejącymi partiami [Hug 2001].

Robert Harmel i John D. Robertson twierdzą, że powstawanie nowych partii można wyjaśnić poprzez czynniki: społeczne (ujawnienie się nowych kwestii bądź podziałów socjopolitycznych), polityczne (ideologia, charakter partii politycznej, możliwość wyłonienia liderów oraz istotność nowych kwestii) oraz strukturalne (obowiązujący system polityczny i wyborczy, istnienie barier instytucjonalnych bądź ich brak, stopień centralizacji) [Siavelis 2006: 367].

Odmienne podejście reprezentuje Mahendra P. Singh [1981: 22-26], który analizuje przyczyny rozłamów wewnątrz partii politycznych. W jego opinii genezy ugrupowań powstałych w ten sposób należy doszukiwać się w: napięciach wewnątrz elity partyjnej, zmianach w poziomie mobilizacji politycznej społeczeństwa oraz instytucjonalizacji systemu partyjnego i charakterze danej partii politycznej (jej struktury, programu, sieci zależności). Najważniejszą rolę odgrywa pierwszy z podanych czynników, który może wynikać z: ambicji

<sup>1</sup> Wśród badaczy zagadnienia brakuje zgodności co do sposobu definiowania „nowych partii politycznych”. Peter Mair [1999: 216-220] wyróżnia trzy sposoby genezy nowych partii: fuzje, podziały oraz powstawanie zupełnie nowych ugrupowań. Podkreśla przy tym również, że ze względu na doświadczenie aktorów politycznych i funkcjonowanie w świadomości społecznej, większe szanse na wyborczy sukces mają partie powstałe w wyniku połączenia bądź secesji ugrupowań istniejących dotąd na scenie politycznej. Na specyficzny sposób genezy nowych ugrupowań zwracają uwagę André Krouwel i Paul Lucardie [2008: 279]. Uwzględniają oni powstanie partii w wyniku transformacji istniejącego ugrupowania, które kieruje swój apel do innych niż dotychczas grup elektoratu, zmieniając przy tym swój program polityczny, przywództwo i nazwę. Niektórzy badacze, jak np. Simon Hug czy Piero Ignazi, za nowe uważają jedynie ugrupowania powstałe przez rozłam bądź tworzone od podstaw [Tamże]. Jeszcze inni (np. Robert Harmel) za nowe uznają tylko partie tworzone od podstaw [Wojtasik 2012: 160].

aktorów politycznych, różnic ideologicznych, wymiarów zróżnicowania organizacyjnego wewnątrz partii bądź istniejących podziałów socjopolitycznych [Tamże]. Napięcia wewnątrz partii ujawniają się jednak dopiero pod wpływem pozostałych czynników o charakterze zewnętrznym. W przypadku żądań formułowanych przez otoczenie partii politycznej, wewnętrzna rywalizacja może doprowadzić do odejścia określonej frakcji bądź, w skrajnym przypadku, rozpadu ugrupowania na kilka odrębnych partii. Z tego typu sytuacją mieliśmy do czynienia w trakcie rozłamu w Prawie i Sprawiedliwości, który w konsekwencji doprowadził do powstania nowej partii – Solidarnej Polski Zbigniewa Ziobry. W tym przypadku czynnikiem ujawniającym tarcia wewnątrz partii były kolejne przegrane wybory przez ugrupowanie J. Kaczyńskiego.

Badacze zagadnienia częściej skupiają się jednak na analizie szans nowych ugrupowań na uzyskanie relewantnej pozycji w systemie partyjnym. Takie podejście reprezentuje Simon Hug, według którego sukces nowych partii zależy od: (1) oryginalności i odmienności apelu programowego; (2) nakładów organizacyjnych niezbędnych dla stworzenia partii; (3) społecznego zapotrzebowania na nowe ruchy polityczne; (4) istnienia formalnych barier wejścia (np. sposoby rejestracji partii, formy finansowania i progi wyborcze); (5) relacji oczekiwanych korzyści z działalności i jej kosztów [Za: Wojtasik 2012: 163].

Inne podejście reprezentuje Joseph Willey [1998: 653-654], który oprócz czynników instytucjonalnych, akcentuje wagę czynnika politycznego (reakcji istniejących ugrupowań). Uzależnia on sukces nowych formacji politycznych od zdolności starych ugrupowań do włączenia problemów artykułowanych przez powstającą partię w swą platformę programową.

Oprócz czynników wpływających na powstanie i sukces nowych partii, ważne, z punktu widzenia badaczy zajmujących się psychologią polityki, są motywacje twórców nowych inicjatyw politycznych. Wśród nich można wyróżnić: motywacje ideologiczne, osobiste ambicje, względy taktyczne (wynikające przede wszystkim ze sprzyjających uregulowań prawnych) bądź motywacje altruistyczne związane z osiągnięciem celów zbiorowych [Krouwel, Lucardie 2008: 282]. Holenderscy badacze dwie pierwsze klasyfikują jako motywacje wewnętrzne, a kolejne jako motywacje zewnętrzne. W analizowanym przez nas przypadku decydujące znaczenie miała pierwsza z wymienionych grup czynników, a konkretnie osobiste ambicje.

Powstawania nowych ugrupowań nie można rozpatrywać bez uwzględnienia ich wpływu na system partyjny. Zasadniczo nowe partie mogą na niego wpływać w trojaki sposób [Hug 2001: 1-4]: implikując modyfikacje na arenie parlamentarnej (utrata relewancji jednych partii kosztem innych), wpływając na charakter rywalizacji wyborczej lub też stanowiąc czynnik szantażu wobec

innych ugrupowań. Na trzecią z podanych form uwagę zwraca Anthony Downs [1957: 127], formułując tezę, że celem powstania nowych ugrupowań nie musi być przejęcie władzy, lecz wpływ na istniejące ugrupowania, mający doprowadzić do modyfikacji ich programów politycznych (ujęcie nowych kwestii bądź pomijanych dotąd żądań). W powyższą koncepcję wpisuje się również geneza ugrupowania Z. Ziobry, gdyż w początkowym stadium rozłam miał wymusić na kierownictwie PiS powrót do niezrealizowanego (zdaniem secesjonistów) programu Solidarnej Polski, głoszonego w trakcie kampanii wyborczej w 2005 roku.

### ***Geneza Solidarnej Polski***

W ostatnich latach kilkakrotnie mieliśmy do czynienia z powstaniem nowych partii politycznych. Ich genezy należy doszukiwać się zarówno w rozłamach wewnątrz istniejących partii (wewnątrz PiS), jak i w inicjatywach pozaparlamentarnych (Ruch Palikota). W niniejszej pracy przedmiotem zainteresowania będą te pierwsze.

Początek rozłamów wewnątrz PiS przypada na okres po wyborach parlamentarnych z października 2007 roku, kiedy z powodu nieuwzględnienia postulatów dotyczących demokratyzacji wewnątrz partii, z klubu PiS odeszło trzech wiceprezesów: L. Dorn, K.M. Ujazdowski oraz P. Zalewski. Konsekwencją tego sporu było utworzenie odrębnego koła poselskiego, a następnie partii politycznej Polska Plus. Ugrupowanie to nie zdobyło społecznego poparcia i trzy lata po rozłamie, po katastrofie smoleńskiej, secesjoniści powrócili do struktur PiS. Analogiczna sytuacja zaistniała po wyborach prezydenckich w 2010 roku, gdy szefowa sztabu wyborczego J. Kaczyńskiego – J. Kluzik-Rostkowska wraz z kilkoma działaczami PiS utworzyła ugrupowanie Polska Jest Najważniejsza. Partia ta również nie stała się relewantną siłą polityczną, uzyskując w wyborach parlamentarnych jedynie 2,19% głosów.

Kolejny rozłam w ugrupowaniu J. Kaczyńskiego, niemal tożsamy z przedstawionym powyżej schematem, nastąpił po przegranych wyborach parlamentarnych w 2011 roku. Już w trakcie kampanii dało się zaobserwować wewnątrzpartyjne spory związane z kształtem list wyborczych. Część kandydatów niezadowolonych z przyznanych im miejsc znalazła poparcie eurodeputowanych J. Kurskiego i Z. Ziobry [Dąbrowska, Rzeczkowski 2011: 21]. Po ogłoszeniu wyników wyborów Z. Ziobro, deklarując lojalność wobec J. Kaczyńskiego, postulował wprowadzenie reform wewnątrz PiS. Oprócz analizy błędów popełnionych w trakcie kampanii, europoseł domagał się zmian w sposobie wyboru szefów regionalnych struktur oraz demokratyzacji klubu parlamentarnego. Swoje stanowisko chciał wygłosić 25 października

na inauguracyjnym posiedzeniu klubu PiS na warszawskiej Pradze. Nie został jednak dopuszczony do głosu przez J. Kaczyńskiego. Konsekwencją tych wydarzeń było usunięcie z szeregów PiS Z. Ziobry, J. Kurskiego oraz T. Cymańskiego [Uchwała nr 02/39/11/2011].

Po decyzji Komitetu Politycznego PiS, w geście solidarności z wykluczonymi, 7 listopada utworzony został nowy klub parlamentarny – Solidarna Polska. W jego skład weszło 16 posłów wybranych z list PiS (m.in. A. Mularczyk – przewodniczący klubu, B. Kempa, A. Dera) oraz senator M. Klima [Stróżyk 2011]. W pierwszym oświadczeniu wydanym przez nowy klub, secesjoniści podkreślali: „Pozostajemy członkami Prawa i Sprawiedliwości, ale oświadczamy, że tworzymy klub parlamentarny Solidarna Polska, którego nazwa oprócz solidarności z naszymi skrzywdzonymi kolegami odnosi się do powrotu do źródeł zwycięskiego programu społecznego PiS z 2005 roku, zakładającego solidarne państwo równych szans, bazującego na gospodarce opartej na wiedzy i redukującego rozwarstwienie społeczne” [„Solidarna Polska” – tak będzie nazywał się klub „Ziobrystów”]. Członkowie SP nie wykluczali również powrotu do klubu PiS, w przypadku cofnięcia decyzji dotyczącej usunięcia europosłów. Koleżeński Sąd Dyscyplinarny PiS nie uznał jednak odwołań wysłanych przez Z. Ziobrę, J. Kurskiego i T. Cymańskiego, definitywnie wykluczając ich z szeregów partii [Ziobro ostatecznie wykluczony]. Podobny los spotkał członków klubu SP, którzy zostali usunięci na podstawie art. 6 statutu PiS, zabraniającego przynależności do innej partii politycznej lub organizacji, której cele są sprzeczne z programem lub interesem PiS [Statut partii Prawo i Sprawiedliwość].

Działacze SP początkowo nie zdecydowali się na stworzenie partii politycznej, próbując najpierw uformować struktury regionalne. Jeszcze w listopadzie 2011 roku powstał pięcioosobowy klub radnych SP w Sejmiku Województwa Małopolskiego, a po udzieleniu poparcia ziobrystom, z klubu PiS w Radzie Miasta Krakowa wyrzucono dwóch członków. Według władz SP miał to być początek ofensywy nowej formacji, która do końca roku miała utworzyć swoje struktury w każdym mieście wojewódzkim oraz założyć kluby radnych w sejmikach i największych miastach kraju [Łosińska, Wybranowski 2011].

W odpowiedzi na działania SP, J. Kaczyński skierował list do szefów terenowych struktur PiS, w którym wyjaśnił przyczyny wyborczej porażki. Lider PiS winą za wynik partii obarczył również Z. Ziobrę i J. Kurskiego, którzy w jego opinii działali na szkodę ugrupowania, „poszukując sytuacji konfliktowych w poszczególnych okręgach, by wykorzystać je do budowania swojej grupy”. Podobnego argumentu użył, gdy zwolennicy J. Kluzik-Rostkowskiej zakładali klub PJN [Wybranowski 2011a]. Dalszy ciąg kontrofensywy PiS następuje podczas posiedzenia Rady Politycznej PiS w Pułtusku 26 listopada 2011 roku. W trakcie obrad wybrano nowych członków Komitetu

Politycznego oraz ogłoszono uchwałę potępiającą secesjonistów z SP. Z inicjatywy J. Kaczyńskiego ustalono również nowy sposób wyboru przewodniczących okręgowych struktur PiS (odtąd musieli oni uzyskać rekomendację władz partii oraz przejść wielostopniową weryfikację). Lider PiS wezwał działaczy do rozbudowania struktur i większej otwartości dla potencjalnych członków partii [Wybranowski 2011b].

Działania ugrupowania J. Kaczyńskiego zahamowały ofensywę ziobrystów. Pomimo ambitnych celów stawianych przez władze SP, do końca 2011 roku do klubu poselskiego wstąpiło jedynie czterech posłów (w tym były wicepremier L. Dorn), oprócz nich szeregi ziobrystów zasilili: europoseł J. Włosowicz oraz senator K. Jaworski. W maju 2012 roku do klubu SP dołączył kolejny poseł – T. Górski. Niezbyt okazałe prezentują się również wpływy SP w terenowych organach decyzyjnych. Oprócz wspomnianej reprezentacji w Małopolsce, SP ma obecnie jedynie pięciu przedstawicieli na poziomie sejmików (dwóch w województwie pomorskim oraz po jednym w województwach: śląskim, zachodniopomorskim i kujawsko-pomorskim) oraz czterech w organach stanowiących miast wojewódzkich (dwóch w Opolu oraz po jednym w Białymstoku i Lublinie)<sup>2</sup>.

Mimo ataków PiS, SP nie zmieniła swojej strategii względem partii Kaczyńskiego. Członkowie SP, nie chcąc powtórzyć błędów PJN, nie formułowali otwartej krytyki względem działań PiS, realizując forsowaną przez Z. Ziobrę i J. Kurskiego koncepcję „drugiego płuca” prawicy. Taka strategia wiązała się także ze zbieżnością programową klubów SP i PiS. Ziobryści w większym stopniu koncentrowali się na kwestiach socjalnych. W wystąpieniach medialnych podkreślali również dwie kolejne różnice względem PiS – demokratyczny wybór władz oraz większą dbałość o suwerenność państwa na arenie międzynarodowej. Drugi postulat znalazł swoje potwierdzenie w trakcie przejścia europosłów SP z frakcji Europejskich Reformatorów i Konserwatystów do euroseptycznej Europy Wolności i Demokracji.

Mimo akcentowania różnic programowych, ze względu na postrzeganie członków SP przez pryzmat działalności w PiS, większość wyborców nie jest w stanie odróżnić postulatów ugrupowania Ziobry od tych programowych PiS czy PJN. Zdaniem Wojciecha Cwaliny, kluczem do sukcesu SP powinno być wykorzystanie medialnego doświadczenia swoich członków oraz kreowanie wizerunku „dynamicznej opozycji” [Wybranowski 2011c].

<sup>2</sup> Solidarna Polska zdołała utworzyć swój klub radnych jedynie w Radzie Miasta Oświęcim (5 członków), w Radzie Powiatu Jarosławskiego (3 członków) oraz Radzie Dzielnicy Wola w Warszawie (3 członków, klub funkcjonował do 19 lutego 2013 roku). Obecność członków SP w organach stanowiących innych jednostek samorządu terytorialnego ogranicza się zwykle do jednego przedstawiciela. Z taką sytuacją mamy do czynienia m.in. w Nowym Sączu, Gnieźnie, Włocławku czy Sosnowcu.

Po przejściu L. Dorna do SP, władze klubu podjęły próby konsolidacji prawej strony sceny politycznej. Mimo zbieżności interesów, ziobryści nie podjęli jednak współpracy z Prawicą RP (choć jeszcze w grudniu 2011 roku M. Jurek otwarcie przyznawał, że ugrupowania są bliskie porozumienia) oraz z PJN, która uzależniała współdziałanie od poparcia programu gospodarczego partii P. Kowala.

W kolejnych miesiącach parlamentarzyści SP wraz ze Z. Ziobrą i J. Kurskim podróżowali po kraju, starając się pozyskać działaczy mogących stworzyć struktury regionalne powstającego ugrupowania. Przekształcenie SP w partię polityczną nastąpiło 24 marca 2012 roku podczas kongresu założycielskiego w podwarszawskich Otrębusach<sup>3</sup>. W obecności przeszło tysiąca działaczy przyjęto deklarację programową, uchwalono statut oraz wybrano partyjne władze. Prezesem ugrupowania został Z. Ziobro, natomiast jego zastępcami J. Kurski oraz B. Kempa [*Solidarna Polska Ziobry rodzi się w Otrębusach*]. Kongres nie był jednak jedynym medialnym wydarzeniem tego dnia, bowiem w tym samym czasie J. Kaczyński i M. Jurek podpisali porozumienie o współpracy między PiS a Prawicą RP, zakładające wspólny start w wyborach parlamentarnych. Tym samym lider PiS odebrał SP potencjalnego koalicjanta oraz pozyskał poparcie elektoratu utożsamiającego się z katolicko-narodową formułą ugrupowania M. Jurka [Wybranowski 2012]. Fakt ten zaostriżył rywalizację pomiędzy SP a PiS, której kulminacja nastąpiła w trakcie przygotowań marszu w obronie TV Trwam. Ostatecznie obie strony doszły do porozumienia, organizując wspólną manifestację, podczas której J. Kaczyński zaapelował do secesjonistów, aby powrócili do swojej dawnej partii. Dwa miesiące później, 13 czerwca 2012 roku, Komitet Polityczny PiS ogłosił specjalną uchwałę, w której wzywał członków SP do powrotu. Miał on nastąpić do 27 lipca 2012 roku. Przystąpienie do klubu PiS po tej dacie miało wiązać się z definitywnym brakiem zgody na kandydowanie członków SP z list wyborczych partii J. Kaczyńskiego [*PiS stawia ultimatum posłom SP*]. Uchwała nie wpłynęła jednak na liczebność klubu SP. Zmiany w szeregach ziobrystów nastąpiły dopiero kilka miesięcy później. Na przełomie listopada i grudnia 2012 roku z SP odeszło trzech posłów: B. Kownacki, M.O. Jędrysek oraz J. Rębek. Wszyscy zasiadają obecnie w klubie poselskim PiS. W styczniu 2013 roku klub SP opuścił również poseł A. Dąbrowski, który zasilił szeregi Polskiego Stronnictwa Ludowego.

<sup>3</sup> Formalna rejestracja partii nastąpiła 1 czerwca 2012 roku na podstawie postanowienia Sądu Okręgowego w Warszawie. Ze względu na istnienie stowarzyszenia o nazwie Solidarna Polska, ugrupowanie zarejestrowano jako Solidarna Polska Zbigniewa Ziobro.

**Marketing polityczny**

Działania SP nie wpisują się w tradycyjny model strategii marketingowej. Wynika to ze specyficznego momentu powstania, a mianowicie tuż po elekcji parlamentarnej i okresie poprzedzającym kolejne wybory o przeszło dwa lata. Z tego względu nie możemy analizować tych działań przez pryzmat kampanii wyborczej. Głównym celem formacji Z. Ziobry jest obecnie zaistnienie w świadomości elektoratu.

Trudno mówić o spójnej strategii marketingowej przyjętej przez partię. Początkowo opierała się na braku krytyki w stosunku do PiS, w drugiej połowie 2012 roku, kiedy zaprzestano kreowania koncepcji „drugiego płuca” prawicy, założenia te uległy zmianie, choć, jak przedstawiliśmy powyżej, trudno doszukać się znaczących różnic programowych w obu ugrupowaniach. Na brak spójnej strategii wpływają cechy socjodemograficzne potencjalnego elektoratu SP. Badania wskazują, że elektorat ten jest słabo zróżnicowany ze względu na cechy położenia społeczno-demograficznego. Jedyną zmienną identyfikującą wyborców SP jest uczestnictwo w praktykach religijnych. Z partią Z. Ziobry częściej identyfikują się osoby praktykujące religijnie kilka razy w tygodniu oraz regularnie uczestniczące w niedzielnych nabożeństwach [BS/80/2012]. Słabe zróżnicowanie elektoratu SP w znacznym stopniu utrudnia pozycjonowanie tej partii na rynku politycznym.

Główny sposób na zaistnienie SP w przestrzeni medialnej wiąże się z organizowaniem konferencji prasowych<sup>4</sup>. Taka strategia spowodowana jest słabym zainteresowaniem mediów tą formacją. Konferencje te często zwoływane są *ad hoc*, bez wcześniejszego podania tematu do publicznej wiadomości. Natomiast kontrowersyjność podejmowanych tematów powoduje wzrost zainteresowania, objawiający się relacjonowaniem konferencji w środkach masowego przekazu. Pozwala to SP na „zaistnienie” medialne bez ponoszenia kosztów finansowych.

Największa ilość konferencji przypadła na czas bezpośrednio poprzedzający kongres założycielski (I kwartał 2012 roku)<sup>5</sup>. W tym czasie można było zaobserwować nasilenie działań marketingowych SP, co miało zwiększyć zainteresowanie medialne i rozpoznawalność partii. Na dwa dni przed obradami przedstawiono logo powstającego ugrupowania. Logotyp przedstawia zarys trzech postaci trzymających się za ręce. Jego białoczerwona kolorystyka

<sup>4</sup> Od początku kadencji do 31 III 2013 roku Solidarna Polska zorganizowała 333 konferencje prasowe. Dla porównania PiS zwołało 326, RP 256, SLD 176, PO 92, PSL 69 (obliczenia własne na podstawie danych zamieszczonych na stronie internetowej Sejmu RP).

<sup>5</sup> W tym okresie SP zwołała aż 90 konferencji prasowych. Dla porównania PiS zorganizowało 63, RP 41, SLD 31, PO 10, PSL 7 (obliczenia własne na podstawie danych zamieszczonych na stronie internetowej Sejmu RP).

nawiązuje do wartości narodowych promowanych przez partię, natomiast granatowa barwa nazwy ugrupowania, w założeniu twórców, miała wskazywać na konserwatyzm [Twitter SolidarnaPL]. Mimo tego, wśród większości internautów nie spotkało się ono z pozytywnym odbiorem.

W tym samym czasie politycy SP zaprezentowali pierwszy spot „Nowa nadzieja”, w którym na tle zdjęć przedstawiających protesty społeczne i spotkania z wyborcami słychać głos J. Kurskiego, krytykujący zarówno działania rządu, jak i nieudolność strategii PiS oraz przekonujący, że potrzebna jest nowa siła na polskiej scenie politycznej. Był to pierwszy z trzech przedstawionych dotąd spotów SP. Drugi z nich powstał bezpośrednio po kongresie założycielskim. Zawarto w nim migawki z obrad w Otrębusach, w których widzimy Z. Ziobrę przekonującego do poparcia SP. Ostatni ze spotów („Dołącz do nas”) zaprezentowano w styczniu 2013 roku. Odbił się on szerokim echem w mediach ze względu na kontrowersyjne treści przedstawiające Pruszków jako miejsce mafijnych porachunków, co spotkało się z protestami mieszkańców tego miasta. Ziobro odniósł się w nim również do afery Amber Gold oraz zjawiska korupcji. Konwencja spotu nawiązuje do wizerunku „szeryfa”, utrwalonego w świadomości społecznej w trakcie piastowania przez Z. Ziobrę urzędu ministra sprawiedliwości [Stankiewicz, Śmiłowicz 2007: 117]. Obok reklam audiowizualnych ważną rolę odgrywają reklamy wizualne, do których zaliczamy m.in. billboardy i plakaty. SP nie korzysta z tego kanału komunikacji z wyborcami. Można przypuszczać, że jest to podyktowane względami finansowymi<sup>6</sup>.

Ugrupowanie Z. Ziobry słabo wykorzystuje również internetowe kanały komunikacji, jakimi są m.in. portale społecznościowe. Oficjalny profil partii na Facebooku został założony już 23 listopada 2011 roku, do tej pory zdobył 4,5 tysiąca fanów, podobną liczbą może się pochwalić PJN, dla porównania profil Kongresu Nowej Prawicy założony 26 kwietnia tego samego roku ma ponad 29 tys. fanów<sup>7</sup>. Od 22 marca 2013 roku istnieje również oficjalny profil SP na Twitterze. Zaskakującym jest fakt, że zarówno Z. Ziobro, jak i J. Kurski nie posiadają oficjalnego konta na najpopularniejszych portalach społecznościowych (Facebook, nk.pl, Twitter). Z internetowych kanałów komunikacji korzystają za to inni politycy SP. Najaktywniejszy w tej formie jest A. Mularczyk, który codziennie wyraża swoje opinie na Twitterze, ma również prywatne profile na Facebooku i nk.pl<sup>8</sup>. Oprócz portali społecznościowych dużą popularnością

<sup>6</sup> Jak ważny jest to kanał komunikacji mogliśmy zaobserwować na przykładzie szeroko zakrojonej kampanii billboardowej Ruchu Palikota.

<sup>7</sup> Dane z oficjalnych profili partii na dzień 9.04.2013.

<sup>8</sup> Z Twittera korzystają również: B. Kempa (od stycznia 2013 roku), T. Cymański (ostatni wpis zamieszczony został 8.01.2013 r.) oraz rzecznik partii P. Jaki. Te same osoby posiadają również oficjalne profile facebookowe. W przypadku B. Kempy i T. Cymańskiego profile



wśród internautów cieszą się blogi, dlatego też są one coraz częściej wykorzystywane przez polityków. Wśród czołowych polityków SP ten kanał komunikacji wykorzystują: J. Kurski, L. Dorn oraz A. Mularczyk. Jedynie na blogu tego pierwszego regularnie pojawiają się nowe wpisy, są to jednak w większości treści zapożyczone z innych stron internetowych. Natomiast blogi pozostałych nie są aktualizowane od kilku miesięcy.

Stosunkowo późno, bo dopiero w marcu 2012 roku, uruchomiono stronę internetową, która początkowo była bardzo uboga w treści i próżno było szukać na niej chociażby programu partii. Obecnie te uchybienia zostały naprawione, oprócz tego istnieje także możliwość przejścia ze strony na profile na portalach społecznościowych. Ze względu na brak forum czy czatu mocno ograniczone są jednak możliwości bezpośredniej komunikacji z wyborcami.

### Odbiór społeczny Solidarnej Polski

W pierwszej kolejności poddaliśmy analizie empirycznej opinie elektoratów poszczególnych partii na temat szans SP na osiągnięcie znaczącej pozycji na polskiej scenie politycznej (Tabela 1). Okazuje się, że odsetek wyborców wierzących w sukces ugrupowania Z. Ziobry jest stosunkowo niski i, biorąc pod uwagę łącznie opinie kateryczne i warunkowe, oscyluje pomiędzy 7,8 a 20%. Największą wiarą w sukces formacji charakteryzuje się elektorat „innych partii”. Wynik ten nie dziwi, gdyż z przyczyn metodologicznych w ramach tej grupy ujęliśmy także wyborców deklarujących poparcie SP w najbliższej elekcji parlamentarnej<sup>9</sup>. Wśród pozostałych elektoratów partyjnych najlepiej szanse SP oceniają wyborcy PiS (14,4% uważa, że partia ma szanse stać się ugrupowaniem relewantnym). Może to wynikać z pozytywnej oceny działalności Z. Ziobry w czasach jego członkostwa w PiS bądź też niezadowolenia tej grupy elektoratu ze stylu przywództwa J. Kaczyńskiego i ostatniej porażki w wyborach parlamentarnych. Na drugim biegunie plasują się wyborcy SLD i PO, wśród których odpowiednio 72,2% i 70% nie wierzy w możliwość uzyskania przez SP statusu partii relewantnej. Można przypuszczać, że jest to wynik niskiego zaufania do jej lidera Z. Ziobry i identyfikacji członków SP z funkcjonowaniem w strukturach PiS. Do ciekawych wniosków prowadzi również analiza wypowiedzi osób deklarujących absencję wyborczą. Okazuje się bowiem, że przeszło co druga osoba z tej grupy nie ma zdania w sprawie szans SP. Potwierdza to fakt, że absencja wyborcza koreluje z niższą świadomością polityczną.

te mają ok. 650 fanów, natomiast na profilu P. Jakiego liczba ta oscyluje wokół 350. Dla porównania profile M. Jurka i P. Kowala mają odpowiednio 5,5 i 2 tysiące fanów.

<sup>9</sup> W badanej próbie znalazło się jedynie 19 osób deklarujących poparcie Solidarnej Polski.

Tabela 1. *Solidarna Polska Zbigniewa Ziobro może stać się znaczącą siłą polityczną w Polsce* – rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi w deklaracjach w odniesieniu do wyborów do sejmu, gdyby odbywały się w najbliższą niedzielę

		Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Razem
Platforma Obywatelska	ilość	3	17	54	92	81	247
	procent	1,2	6,9	21,9	37,2	32,8	100,0
Polskie Stronnictwo Ludowe	ilość	3	3	30	22	18	76
	procent	3,9	3,9	39,5	28,9	23,7	100,0
Prawo i Sprawiedliwość	ilość	6	27	88	66	41	228
	procent	2,6	11,8	38,6	28,9	18,0	100,0
Ruch Palikota	ilość	1	6	18	19	20	64
	procent	1,6	9,4	28,1	29,7	31,3	100,0
Sojusz Lewicy Demokratycznej	ilość	4	7	19	46	32	108
	procent	3,7	6,5	17,6	42,6	29,6	100,0
Inne	ilość	8	14	38	30	20	110
	procent	7,3	12,7	34,5	27,3	18,2	100,0
Nie głosował(a) bym	ilość	2	7	132	56	58	255
	procent	0,8	2,7	51,8	22,0	22,7	100,0

Podobne zależności można dostrzec analizując ocenę szans partii Z. Ziobry w kontekście deklarowanych poglądów ideologicznych (Tabela 2). Wyborcy sytuujący siebie po prawej stronie skali lewica-prawica lepiej oceniają możliwości SP. W tej grupie elektoratu niemal 15% pozytywnie ocenia szanse ugrupowania Z. Ziobry na zostanie relewantną siłą polityczną. Przeciwnego zdania jest 55,5% badanych (w tym 23,4% zdecydowanie przekreśla szanse SP). Słabiej szanse SP ocenia elektorat deklarujący poglądy centrowe i lewicowe. Do ciekawych wniosków prowadzi także analiza wypowiedzi osób, które nie potrafią określić swojej orientacji ideologicznej. Okazuje się bowiem, że ponad połowa tej grupy nie jest w stanie ocenić szans partii Z. Ziobry, co można wiązać z mniejszym zainteresowaniem polityką tej części respondentów.

Tabela 2. *Solidarna Polska Zbigniewa Ziobro może stać się znaczącą siłą polityczną w Polsce* – rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi w deklaracjach w odniesieniu do poglądów ideologicznych

		Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Razem
Lewica	ilość	8	18	61	90	80	257
	procent	3,1	7,0	23,7	35,0	31,1	100,0
Centrum	ilość	4	9	64	68	61	206
	procent	1,9	4,4	31,1	33,0	29,6	100,0
Prawica	ilość	11	41	106	114	83	355
	procent	3,1	11,5	29,9	32,1	23,4	100,0
Nie wiem/ nie potrafię określić	ilość	4	13	148	59	46	270
	procent	1,5	4,8	54,8	21,9	17,0	100,0

Następnie poddaliśmy analizie wypowiedzi elektoratów partyjnych dotyczących słuszności decyzji Z. Ziobry o utworzeniu SP (Tabela 3). W tym przypadku odsetek osób pozytywnie oceniających działania lidera SP nie jest zbyt wysoki i oscyluje między 15,4 a 26,3%. Najlepiej decyzję dotyczącą powołania nowego ugrupowania odbiera elektorat innych partii, wśród którego znajdują się m.in. wyborcy SP, PjN oraz Prawicy RP. Można przypuszczać, że ocena ta wiąże się z podobną genezą tych ugrupowań. Ta grupa wyborców również najrzadziej formułuje negatywną ocenę decyzji Z. Ziobry (15,5% ocenia ją jako „raczej złą”, a 11,8% jako „zdecydowanie złą”). Wśród pozostałych elektoratów partyjnych godnymi odnotowania są również wyniki wyborców PiS oraz RP. W obu przypadkach pozytywną ocenę decyzji Z. Ziobry formułuje ponad 20% badanych. Taki wynik może wiązać się z faktem, że elektorat PiS, częściej niż wyborcy innych partii, uznaje potrzebę stworzenia formacji o podobnym profilu, co ugrupowanie J. Kaczyńskiego. Natomiast w przypadku RP należy przypuszczać, że jest to efektem niechęci do funkcjonujących partii i poparcia dla nowych inicjatyw politycznych. Na drugim biegunie znajdują się wyborcy SLD, wśród których co drugi badany negatywnie ocenia utworzenie SP. Może to być związane z brakiem zaufania tej grupy elektoratu do Z. Ziobry.

Tabela 3. *Decyzja Zbigniewa Ziobry o utworzeniu Solidarnej Polski wydaje mi się słuszną* – rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi w deklaracjach w odniesieniu do wyborów do sejmu, gdyby odbywały się w najbliższą niedzielę

		Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Razem
Platforma Obywatelska	ilość	11	27	94	49	66	247
	procent	4,5	10,9	38,1	19,8	26,7	100,0
Polskie Stronnictwo Ludowe	ilość	1	12	31	15	17	76
	procent	1,3	15,8	40,8	19,7	22,4	100,0
Prawo i Sprawiedliwość	ilość	5	47	77	55	44	228
	procent	2,2	20,6	33,8	24,1	19,3	100,0
Ruch Palikota	ilość	4	10	29	10	11	64
	procent	6,3	15,6	45,3	15,6	17,2	100,0
Sojusz Lewicy Demokratycznej	ilość	7	12	35	29	25	108
	procent	6,5	11,1	32,4	26,9	23,1	100,0
Inne	ilość	15	14	51	17	13	110
	procent	13,6	12,7	46,4	15,5	11,8	100,0
Nie głosował(a) bym	ilość	2	26	142	43	42	255
	procent	0,8	10,2	55,7	16,9	16,5	100,0

Przedmiotem analizy była również słuszność decyzji Z. Ziobry o utworzeniu Solidarnej Polski w odniesieniu do deklarowanych poglądów ideologicznych (Tabela 4). W tym przypadku trudno doszukać się jakiegokolwiek silnej zależności. Okazuje się bowiem, że bez względu na usytuowanie wyborców na skali lewica-prawica, decyzja o utworzeniu SP jest oceniana negatywnie. Nieco ponad 40% wyborców każdej z orientacji ideologicznych odbiera decyzję Z. Ziobry jako „raczej niesłuszną” bądź „zdecydowanie niesłuszną”. Widoczna jest jednak różnica w pozytywnych ocenach względem utworzenia SP. Wyborcy deklarujący poglądy prawicowe częściej wypowiadają się pozytywnie w tej kwestii niż elektorat centrowy i lewicowy. Można przypuszczać, że część elektoratu prawicowego nie jest zadowolona ze stylu przywództwa J. Kaczyńskiego i w związku z tym popiera nowe inicjatywy na polskiej scenie politycznej.

Tabela 4. *Decyzja Zbigniewa Ziobry o utworzeniu Solidarnej Polski wydaje mi się słuszna* – rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi w deklaracjach w odniesieniu do poglądów ideologicznych

		Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Razem
Lewica	ilość	13	31	102	51	60	257
	procent	5,1	12,1	39,7	19,8	23,3	100,0
Centrum	ilość	9	23	88	38	48	206
	procent	4,4	11,2	42,7	18,4	23,3	100,0
Prawica	ilość	20	60	122	84	69	355
	procent	5,6	16,9	34,4	23,7	19,4	100,0
Nie wiem/ nie potrafię określić	ilość	3	34	147	45	41	270
	procent	1,1	12,6	54,4	16,7	15,2	100,0

### Podsumowanie

Sukces nowego ugrupowania zależy od wielu czynników. Jednym z najważniejszych jest odmiennosc i atrakcyjność tez programowych. Partie wchodzące na scenę polityczną powinny opierać swój przekaz na nieartykułowanych dotąd kwestiach oraz pomijanych żądaniach. Wydaje się to szczególnie ważne, gdy bierzemy pod uwagę naszą rzeczywistość polityczną. Jak wskazują badania, poczucie braku reprezentatywności partii politycznych nie niesie za sobą zapotrzebowania na powołanie nowego ugrupowania. Ponad 58% wyborców jest przeciwna powoływaniu nowych partii politycznych, w ich opinii nie rozwiązuje to bowiem związku pomiędzy nimi a klasą polityczną, nie wprowadza też nowej jakości na scenę polityczną. Polacy są również przeciwni zmianie partii przez polityków, wynika to w ich przekonaniu z nielojalności i braku wytrwałości w osiąganiu celów politycznych [Dolińska 2009: 91].

Przykład RP pokazuje jednak, że nowa inicjatywa polityczna może odnieść sukces. Akcentowanie nowych kwestii w połączeniu z umiejętnym wykorzystaniem narzędzi marketingowych może skutkować uzyskaniem reprezentacji parlamentarnej. Trudno jednak przypuszczać, aby sukces RP został powtórzony przez SP. Wynika to z kilku przyczyn. Po pierwsze, postulaty ugrupowania Z. Ziobry nie różnią się diametralnie od ofert programowych innych partii politycznych. Powoduje to problemy z pozycjonowaniem SP w przestrzeni politycznej. Jak wskazują badania, SP nie udało się wypracować własnego wizerunku. Świadczy o tym słaba rozpoznawalność w społeczeństwie oraz brak skojarzeń odnoszących się do partii [Wybranowski, Stróżyk 2012]. Po drugie, formacja Z. Ziobry nie jest w stanie sformułować spójnej strategii marketingowej. Jest to związane przede wszystkim ze specyfiką potencjalnego

elektoratu SP, który w dużym stopniu pokrywa się z wyborcami PiS oraz możliwościami finansowymi i organizacyjnymi partii.

Powyższe tezy uzupełniają przedstawione w artykule badania odbioru społecznego SP. Jedyne niewielki odsetek elektoratu dopuszcza możliwość osiągnięcia politycznego sukcesu przez formację Z. Ziobry. Wyniki te potwierdzają, że problemem SP jest brak klarownego elementu wizerunkowego, który odróżniałby to ugrupowanie od partii funkcjonujących na polskiej scenie politycznej. Jeśli partia Z. Ziobry nie zmieni swojej strategii marketingowej i nie sformułuje wyrazistej platformy programowej, prawdopodobnie powtórzy scenariusz Prawicy RP i PJN, skazując się na polityczny niebyt bądź też powrót w szeregi dawnego ugrupowania.

### Bibliografia:

- BS/80/2012, *Elektoraty głównych partii politycznych*, Centrum Badań Opinii Społecznej, Warszawa 2012.
- Dąbrowska Anna, Rzeczkowski Grzegorz (2011), *Z zebra Ziobry*, „Polityka” nr 47/2011.
- Dolińska Dorota (2009), *Społeczny wizerunek partii politycznych*, Warszawa: Wyd. Adam Marszałek.
- Downs Anthony (1957), *An Economic Theory of Democracy*, New York: Harper Collins.
- Harmel Robert, Robertson John D. (1985), *Formation and Success of New Parties: A Cross-National Analysis*, „International Political Science Review” 6 (4).
- Hug Simon (2001), *Altering Party Systems. Strategic Behavior and the Emergence of New Political Parties in Western Democracies*, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Krouwel André, Lucardie Paul (2008), *Waiting in the Wings: New Parties in the Netherlands*, „Acta Politica” 43 (2).
- Łosińska Ewa, Wybranowski Wojciech (2011), *Zwolennicy Ziobry rosną w siłę*, „Rzeczpospolita”, 23.11.
- Mair Peter (1999), *New Political Parties in Established Party Systems: How Successful Are They?*, [w:] Beukel Erik, Klausen Kurt Klaudi, Mouritzen Poul Erik, *Elites, Parties and Democracy*, Odense: Odense University Press.
- PiS stawia ultimatum posłom SP*, „Rzeczpospolita”, 15.06.2012.
- Siavelis Peter M. (2006), *Party and Social Structure*, [w:] Katz Richard S. and Crotty William J., *Handbook of Political Parties*, London: Sage.
- Singh Mahendra P. (1981), *Split in the predominant party: The Indian National Congress in 1969*, New Delhi: Abhinav.
- „Solidarna Polska” – tak będzie nazywał się klub „Ziobryistów”, <http://polska.newsweek.pl/-solidarna-polska---tak-bedzie-nazywal-sie-klub--ziobryistow-,84267,1,1.html> (9.04.2013).
- Solidarna Polska Ziobry rodzi się w Otrębusach*, [http://wyborcza.pl/1,76842,11412061,Solidarna\\_Polska\\_Ziobry\\_rodzi\\_sie\\_w\\_Otrębusach\\_RELACJA\\_.html](http://wyborcza.pl/1,76842,11412061,Solidarna_Polska_Ziobry_rodzi_sie_w_Otrębusach_RELACJA_.html) (9.04.2013).
- Stankiewicz Andrzej, Śmiłowicz Piotr (2007), *Zbigniew Ziobro: historia prawdziwa*, Warszawa: Axel Springer Polska.
- Statut partii Prawo i Sprawiedliwość przyjęty podczas II Kongresu Prawa i Sprawiedliwości w Warszawie w dniu 26 września 2009 r.

- Stróżyk Jarosław (2011), *Ziobryści mają klub w Sejmie*, „Rzeczpospolita”, 8.11.
- Twitter SolidarnaPL <https://twitter.com/SolidarnaPL/status/182816730593239041> (9.04.2013).
- Uchwała nr 02/39/11/2011 Komitetu Politycznego PiS z dnia 4.11.2011 r. w sprawie wykluczenia z Prawa i Sprawiedliwości.
- Van der Brug Wouter, Fennema Meindert, Tillie Jean (2005), *Why Some Anti-Immigrant Parties Fail and Others Succeed: A Two-Step Model of Aggregate Electoral Support*, „Comparative Political Studies” 38 (5).
- Willey Joseph (1998), *Institutional Arrangements and the Success of New Parties in Old Democracies*, „Political Studies” XLVI.
- Wojtasik Waldemar (2012), *Sukces Ruchu Palikota w świetle czynników możliwego sukcesu politycznego (Political Opportunity Structure)*, „Preferencje Polityczne” nr 3/2012.
- Wybranowski Wojciech (2011a), *Kaczyński pisze o rozpadzie PiS*, „Rzeczpospolita”, 21.11.
- Wybranowski Wojciech (2011b), *Wojna o twarde elektorat*, „Rzeczpospolita”, 28.11.
- Wybranowski Wojciech (2011c), *Ziobryści zakładają partię*, „Rzeczpospolita”, 16.11.
- Wybranowski Wojciech (2012), *Ziobro – Kaczyński do przerwy 0:1*, „Rzeczpospolita”, 26.03.
- Wybranowski Wojciech, Stróżyk Jarosław (2012), *Z czym się kojarzą partię*, „Rzeczpospolita”, 1.08.
- Ziobro ostatecznie wykluczony*, „Rzeczpospolita”, 19.11.2011.

---

## RECENZJE

**Michał Strzelecki (red.): *Między aprobatą a odrzuceniem. Demokracja polska w refleksji i praktyce politycznej XX i XXI wieku*, Wyższa Szk. Informatyki i Ekonomii Tow. Wiedzy Powszechnej, Olsztyn 2012, s. 325.**

**Recenzja: Marta Chechlowska-Lipińska** (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Polska)

Każdy system polityczny funkcjonuje w określonej sytuacji społeczno-politycznej i istnieje ścisły związek pomiędzy ustrojem a tradycją i kulturą obywateli. Szczególnie w momentach przełomowych polskiej historii odżywały zainteresowania uwarunkowaniami rozwoju oraz mechanizmami funkcjonowania systemu demokratycznego. Rozważania na temat koncepcji demokratycznych, pojawiających się na polskiej scenie politycznej, stanowią wielokrotnie poruszany problem badawczy. W kontekst ożywionej dyskusji nad polskimi doświadczeniami z demokracją wpisuje się książka *Między aprobatą a odrzuceniem. Demokracja polska w refleksji i praktyce politycznej XX i XXI wieku* pod redakcją Michała Strzeleckiego.

Umieszczone w pracy artykuły pogrupowane są w dwie części. Pierwsza z nich poświęcona jest polskim doświadczeniom z demokracją w latach 1918-1989. Znalazły się tam opracowania dotyczące stosunku wybranych formacji ideowych II Rzeczypospolitej wobec demokracji, a także czynników ograniczających możliwości rozwoju społecznego po II wojnie światowej. Druga natomiast, zawiera analizę idei i praktyk demokracji w realiach III Rzeczypospolitej. Zaproponowany układ pracy jest czytelny i zrozumiały. Pierwsza część wyjaśnia bowiem nikłą polską tradycję demokratyczną przed 1989 r., co w naturalny sposób wpływało na zachowania Polaków. Tym samym daje podstawy do lepszego zrozumienia problemów okresu transformacji i odbudowy systemu demokratycznego po 1989 r. Nowym koncepcjom ustrojowym widocznym w polskim życiu politycznym poświęcona została druga