

Political Preferences
Preferencje polityczne

7/2013

Redakcja naukowa:
Mariusz Koleczyński
Zbigniew Widera

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 hab. Waldemar Wojtasik (redaktor tematyczny: systemy partyjne)
mgr Przemysław Grzonka (redaktor statystyczny)
mgr Maciej Marmola (sekretarz)

Recenzenci w 2013 roku:

prof. dr hab. Ludmila 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), 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: 978-83-61975-69-4

ISSN: 2083-327X

Druk:

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

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
Jarosław Wichura (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) Blogi internetowe polityków a identyfikacje partyjne	11
Marcin Zaborski (Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie, Polska) Strażnik demokracji czy relikwiarz przeszłości? Dyskusje nad zasadnością stosowania ciszy wyborczej	25
Żaneta Krawczyk-Antońska (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) Kinga Jaruga (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) Dylematy i doświadczenia funkcjonowania sejmowych komisji śledczych w Polsce	43
Łukasz Wojtkowski (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Polska) Wizerunek Górnego Śląska i Ślązaków w kategoriach rozwoju gospodarczego i pracowitości a postawy polityczne Polaków	59
Zbigniew Widera (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) Kadencyjność funkcji prezydenta miasta/burmistrza/wójta gminy w poglądach elektoratu partii politycznych	69
Mariusz Koczyński (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) Magdalena Faracik-Nowak (Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska) Samorządność a przynależność partyjna	81
Monika Trojanowska-Strzęboszewska (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, Polska) Prawo do udziału w wyborach na szczeblu lokalnym jako forma partycypacji politycznej imigrantów. Polska na tle innych krajów europejskich.....	93

RECENZJE:

O politologii wśród politologów. II Ogólnopolski Kongres Politologii (Recenzja: Żaneta Krawczyk-Antońska)	115
Aleksandra Seklecka: Polityka – media – manipulacja medialna. Przypadek Polski po 1989 roku, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011, s. 286 (Recenzja: Katarzyna Miętiewicz).....	122
Dorota Piontek: Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyzacja informacji o polityce, Wydawnictwo WNPiD UAM, Poznań 2011, s. 239 (Recenzja: Olga Wadowska).....	125
Clara Shih: Era Facebooka. Wykorzystaj sieci społecznościowe do promocji, sprzedaży i komunikacji z Twoimi klientami, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2012, s. 392 (Recenzja: Magdalena Faracik-Nowak)	130
Spis tabel, wykresów i rysunków.....	145
Summaries.....	149

CONTENTS

Introduction.....	9
Jarosław Wichura (University of Silesia, Poland) Politicians Internet blogs and political preferences	11
Marcin Zaborski (University of Social Sciences and Humanities, Poland) An upholder of democracy or a relic of the past? A debate on the validity of election silence application	25
Żaneta Krawczyk-Antońska, Kinga Jaruga (University of Silesia, Poland) Dilemmas and experiences concerning the functioning of parliamentary committees of inquiry in Poland.....	43
Łukasz Wojtkowski (Nicolaus Copernicus University, Poland) The image of Upper Silesia and the Silesians in the context of economic growth and diligence as opposed to the political attitudes of the Poles.....	59
Zbigniew Widera (University of Silesia, Poland) Tenure of the mayor / provost / village-mayor in the view of the political parties electorate	69
Mariusz Kolczyński (University of Silesia, Poland) Magdalena Faracik-Nowak (University of Silesia, Poland) Self governance and the political affiliation	81
Monika Trojanowska-Strzęboszewska (Cardinal Stefan Wyszyński University, Poland) The right to participate in the elections on a local level as a form of political activity of immigrants. Poland in comparison with other European countries.....	93

REVIEWS:

About political science among political scientists. II Polish Congress of Political Science (Reviewer: Żaneta Krawczyk-Antońska)	115
Aleksandra Seklecka: Politics–media–media manipulation. The case of Poland after 1989, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011, s. 286 (Reviewer: Katarzyna Miętiewicz	122
Dorota Piontek: Political Communication and Popular Culture. Tabloidization of Information about Politics, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2011, s. 239 (Reviewer: Olga Wadowska)	125
Clara Shih: The Facebook Era. Tapping Online Social Networks to Build Better Products, Reach New Audiences, and Sell More Stuff, Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2012, s. 392 (Reviewer: Magdalena Faracik Nowak)	130
List of tables, diagrams, graphs	145
Summaries	149

WSTĘP

Z satysfakcją oddajemy do rąk czytelników kolejny tom czasopisma „Political Preferences”; po raz kolejny udało się zgromadzić opracowania podsumowujące badania prowadzone pod koniec 2012 roku, których przedmiotem były różne aspekty funkcjonowania polskiej demokracji.

Prezentowany tom składa się z siedmiu artykułów empirycznych oraz trzech recenzji; zawiera także sprawozdanie z II Kongresu Politologii, który odbył się w Poznaniu we wrześniu 2012 roku.

Jarosław Wichura w swoim artykule odnosi się do roli pełnionej we współczesnych kampaniach wyborczych przez działania podejmowane za pośrednictwem Internetu. Koncentrując swoją uwagę na blogach prowadzonych przez polityków Autor formułuje ważne – zarówno z perspektywy teorii komunikowania, jak i praktyki politycznej – wnioski dotyczące społecznego odbioru tej formy aktywności kampanijnej. **Marcin Zaborski** podejmuje rozważania na temat zasadności przyjętych w Polsce rozwiązań regulujących zakres obowiązywania ciszy wyborczej, zwracając uwagę na szereg wątpliwości sygnalizowanych przez badaczy i obserwatorów polskich kampanii wyborczych oraz uczestników rywalizacji wyborczej. **Żaneta Krawczyk-Antońska** i **Kinga Jaruga** podsumowują doświadczenia z funkcjonowania sejmowych komisji śledczych; wskazując podstawowe dylematy polityczne i praktyczne dokonują – wykorzystując wyniki badań – charakterystyki społecznej percepcji działania kolejnych komisji. **Łukasz Wojtkowiak** przedstawia analizę wyników badań realizowanych w ramach projektu „Vademecum Śląsk”, ogniskując swoje refleksje wokół kwestii kształtowania oraz odbioru wizerunku Górnego Śląska i Ślązaków. **Zbigniew Widera** zwraca uwagę na istotną, w kontekście zbliżających się wyborów samorządowych w 2014 roku, problematykę społecznych i politycznych (na poziomie lokalnym) konsekwencji przyjętych w Polsce rozwiązań dotyczących prawa do powtarzalnego sprawowania funkcji prezydenta/burmistrza/wójta gminy. Kwestie związane z wyborami samorządowymi są także przedmiotem rozważań **Mariusza Kolczyńskiego** i **Magdaleny Faracik-Nowak**,

nieintencjonalnymi, o już samo w sobie daje asumpt do podjęcia skoordynowanych działań w celu umocnienia dotychczasowych i konstruowania pożądanych kolejnych elementów tożsamości brandu.

Analizowane kategorie – rozwoju gospodarczego i pracowitości – postrzegane są zwykle jako tradycyjne elementy osobowości marki, które mogą być komunikowane w długiej perspektywie czasowej. Tym samym można zaliczyć je do rdzenia tożsamości marki (*core identity*), która daje bazę tożsamości rozszerzonej (*extended identity*), czyli rozpowszechnianej w aktualnych programach komunikacyjnych ubogacających rdzeń o nowe elementy. Dzięki temu potencjałowi brand Śląska może póki co skutecznie – mimo że nieinstytucjonalnie – budować wizerunek w oczach odbiorców, niezależnie od poglądów politycznych i deklarowanych postaw wyborczych.

To z kolei jest szczególnie istotne w kontekście dużego odsetka osób, które wskazały, że nie mają zdania na prezentowane im tematy. Fakt ów zwraca uwagę na dużą liczbę odbiorców wizerunku Śląska, którzy nie mają jeszcze wyrobionych postaw wobec obiektu badania. Czyli takich, którzy – jak można zakładać – nie mieli styczności bezpośrednio i pośrednio z marką „Śląska”. Co wskazuje na potrzebę dużo bardziej intensywnej komunikacji zorganizowanej oraz instytucjonalnej, która pozwala dotrzeć efektywnie do nowych odbiorców, mogących w przyszłości decydować o potencjale wizerunkowym i gospodarczym regionu.

Bibliografia:

- Bartmiński J. (2006), *Językowe podstawy obrazu świata*, Wydawnictwo UMCS: Lublin.
- Cichosz M. (2003), *(Auto)Kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich III PR*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Gackowski T., Łączyński M. (2009), *Metody badania wizerunku w mediach. Czym jest wizerunek. Jak i po co należy go badać*, CeDeWu: Warszawa.
- Jeziński M. (2004), *Marketing polityczny a procesy akulturacyjne. Przypadek III Rzeczypospolitej*, Toruń: Wydawnictwo UMK.
- Kolczyński M., Sztumski J. (2003), *Marketing polityczny – kształtowanie indywidualnych i zbiorowych opinii, postaw i zachowań*, Katowice: Śląsk.
- Luhmann N., (2007), *Systemy społeczne*, Kraków: Nomos.
- Nimmo D., Savage R., (1976), *Candidates and Their Images: Concepts, Methods and Findings*, Goodyear: Pacific Palisades.
- Wojtkowski L. (2012), *Mediatyzacja polityki. Amerykańska kampania prezydencka 2008*, Wydawnictwo UMK: Toruń.
- www.vademecum-slask.us.edu.pl (20.04.2013)

Zbigniew Widera

Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska

KADENCYJNOŚĆ FUNKCJI PREZYDENTA MIASTA/ BURMISTRZA/WÓJTA GMINY W POGŁADACH ELEKTORATU PARTII POLITYCZNYCH

Abstract:

Tenure of the mayor /provost/village-mayor in the view of the political parties electorate

Local and regional government are complex organizations, operating under varying environmental conditions. Their functioning and development depend on factors both internal and external. Environment creates conditions in the form of development opportunities and threats. More and more business in the management and administration of less exclusively defined area. More and more thinking about demanding customer service that is citizen (voter) and less to treat him as an object of local government influence.

Important in the process of building a decision (both for the policy and for the electorate) is appropriate communication. Building belief in the power and usefulness of the current regulations that constitute its presence is convinced of its usefulness and as such goes fitness for a particular time basis. Political communication is an appropriate platform for exchange between politicians and the public, the potential buyers of the product. It serves communication and competition between political parties which issues its product to the market policy.

Political communication is not only one of the mechanisms of political marketing, but it is an important plane relationship between the government and the public, allowing both parties to the transaction on the political market to obtain the relevant information of interest and sellers. This is done in analogy to the economic market where clarity is precise acceptance of the offer by the fact of its acquisition or rejection.

Marketing communication in professional services is an issue extremely important and unique (specific), as the basis for her client builds their expectations of intangible product that no communication could then be created.

In other words, communication is carried out in a company providing services in order to realize the benefits as well as to attract new customers.

Keywords:

local government, mayor, provost, village-mayor, local marketing

Samorządy terytorialne to złożone organizacje, działające w zmiennych warunkach otoczenia. Ich funkcjonowanie i rozwój uzależnione są zarówno od czynników wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Otoczenie tworzy uwarunkowania w postaci szans rozwojowych i zagrożeń. Rozwiązywanie problemów lokalnych wiąże się zarówno ze zdolnością do modyfikowalnych zachowań odpowiadających rozwiązywaniu bieżących problemów, jak również umiejętnością wyznaczania ram działalności w przyszłych okresach. Coraz więcej przy tym w działalności gmin zarządzania, coraz mniej wyłącznie administrowania określonym obszarem. Coraz więcej myślenia o wymagającym kliencie świadczonych usług, jakim jest mieszkaniec (wyborca) i coraz mniej traktowania go jako przedmiotu oddziaływania administracji samorządowej.

Istotne w procesie budowania decyzji, zarówno po stronie polityka tworzącego ofertę polityczną, jak i elektoratu ją akceptująca (bądź nie), jest właściwe komunikowanie. Komunikacja polityczna stanowi właściwą płaszczyznę wymiany informacji pomiędzy politykami a społeczeństwem, czyli potencjalnymi nabywcami produktu. Służy ona porozumiewaniu się lub rywalizacji pomiędzy podmiotami politycznymi wystawiającymi swój towar na rynek polityczny. „Komunikacja polityczna jest nie tylko jednym z mechanizmów marketingu politycznego, lecz stanowi ważną płaszczyznę relacji pomiędzy władzą a społeczeństwem, umożliwiając obu stronom transakcji na rynku politycznym uzyskiwanie odpowiednich informacji interesujących nabywców i sprzedawców już po dokonaniu aktu sprzedaży i kupna politycznego towaru” [Muszyński 2001: 179-180]. Odbywa się to w analogii do rynku ekonomicznego, gdzie czytelność akceptacji oferty jest precyzyjna poprzez fakt jej nabycia bądź odrzucenia. Komunikacja marketingowa w usługach profesjonalnych jest zagadnieniem niesłychanie ważnym i wyjątkowym (specyficznym), bowiem w oparciu o nią klient buduje swoje oczekiwania wobec niematerialnego produktu, który bez komunikacji nie mógłby później zostać stworzony. Innymi słowy, komunikacja prowadzona jest w firmie świadczącej usługi w celu realizacji samego świadczenia, jak i dla pozyskania nowych klientów [Chłodnicki 2002: 48].

Nabywca powinien mieć prawo wyboru narzędzi komunikacji, jak również czasu otrzymywania przekazu. Praktycy marketingu muszą inteligentnie wykorzystać możliwości stworzone przez nowoczesną technologię informacyjną w celu spersonalizowania i zaktualizowania treści przekazu oraz

zindywidualizowanych narzędzi komunikacji. Przede wszystkim zaś, muszą poznać nie tylko indywidualne preferencje klientów w tym względzie, lecz także nauczyć się rozmawiać z nimi o przyszłości w kontekście potrzeb i hierarchii, o tym, z czego byliby zadowoleni, a z czego nie, jakie są ich zamiary i co sobie cenią najwyżej. Komunikacja jest więc obszarem integralnym dla właściwego zaistnienia mechanizmów marketingu politycznego. Polega ona na właściwym używaniu komunikatu, zrozumiałego dla odbiorcy tak, aby podzielić się z nim ideą, poglądem na określony temat lub innym rodzajem informacji. Przytoczone rozważania odnoszą się szczególnie do drugiej fazy komunikacji politycznej, to jest do okresu sprawowania władzy. Proces komunikacji jest niezwykle aktywnym czasem, w którym istnieje możliwość reakcji na sondaże opinii publicznej oraz innych notowań swojego produktu na rynku politycznym.

Rozważane zagadnienie dotyczące poglądów elektoratu na kadencyjność władz lokalnych, będące przedmiotem opisanych wyników badań, trudno jest oderwać od właściwie realizowanej komunikacji politycznej, która w znaczący sposób determinuje przekonania a więc i decyzje wyborcze. Jednym z wiodących motywów podjęcia decyzji o aktywności politycznej przez wyborców jest zaspokojenie ich własnych potrzeb.

W badaniach nad motywacjami wyborców, istotne znaczenie ma teoria racjonalnego wyboru. Według niej, punktem wyjścia jest założenie, że – na wzór rynku ekonomicznego – istnieje rynek polityczny, oferujący różniące się od siebie programy oraz osobowości kandydatów. Podejmując decyzję o poparciu określonej partii, wyborca zachowuje się jak klient wybierający towar najbardziej odpowiadający jego gustom i oczekiwaniom [Antoszewski 2002: 30]. Myślenie to obowiązuje w okresie sprawowania władzy, kiedy wyborca ocenia nie tylko realizację deklaracji wyborczych, ale i efektywność pracy władzy lokalnej, prowadzącą (bądź nie) do zaspokojenia jego potrzeb rozumianych nie tylko jako potrzeba realizacji określonej filozofii ideologicznej, ale przede wszystkim potrzeb podstawowych: bezpieczeństwa, ochrony zdrowia, właściwie realizowanych usług oświatowych itp.

Samorząd terytorialny jest miejscem działań konkurujących ze sobą podmiotów ale również sam podlega grze konkurencyjnej z innymi samorządami w tworzeniu warunków dla instytucji prorozwojowych wzbogacających jego atrakcyjność i zasoby.

Umiejętność zarządzania gminą wiąże się z: umiejętnością zachowań politycznych prowadzących do sprawowania władzy; Zarządzaniem procesami politycznymi, reprezentacji wyborców w organizowaniu im warunków do satysfakcjonującego życia na wybranym przez nich obszarze; tworzeniem zaakceptowanej oferty politycznej, ściśle związanej z potrzebami elektoratu. W konsekwencji, polega na zaspakajaniu ww. potrzeb w wyznaczonym

prawem okresie nazwanym - kadencją. W warunkach polskich, w przypadku gminy, czteroletniego okresu sprawowania władzy, uczestniczenia w niej lub działania w opozycji. Miejsce, w którym ulokuje się ugrupowanie, wyznacza zakres odpowiedzialności i poziom koniecznych umiejętności.

Ugrupowania polityczne, biorące udział w kreowaniu procesu ustawodawczego na obszarze kraju, mają zdolność modyfikowania czynników zewnętrznych wpływających na jakość funkcjonowania organizacji lokalnych, tworzenia determinantów prorozwojowych lub hamowania rozwoju poprzez przyjęte rozwiązania. W procesie tym następuje uśrednienie możliwości wykorzystania umiejętności lokalnych liderów poprzez formalne ograniczanie ryzyka wynikającego z ich działalności, które może przynieść zarówno efekty pozytywne, jak i poważne zagrożenia w postaci konsekwencji ekonomicznych i społecznych.

W procesie organizacji życia środowisk lokalnych istotną rolę odgrywa, poza poziomem kompetencji, kreatywność liderów politycznych, ich zapał do wykonywania czynności zarządczych, podejmowania inicjatyw politycznych i środowiskowych. Czy determinantem mającym na to wpływ jest kadencyjność w sprawowaniu funkcji? Rozwiązywanie przez jednostki samorządu terytorialnego istotnych, a jednocześnie bardzo trudnych problemów nie może mieć charakteru wyłącznie pasywnego, polegającego na likwidacji zaistniałych już „punktów krytycznych” (różnego rodzaju barier, dysproporcji rozwojowych) i łagodzeniu najdotkliwszych negatywnych ich skutków dla mieszkańców, lecz musi mieć również charakter aktywny, tj. nastawiony na optymalne wykorzystywanie wszystkich potencjalnych czynników rozwoju, prowadzących do ilościowych, jak i jakościowych zmian w przyszłości. Wymaga to aktywnej postawy, która może z czasem zmniejszać swój potencjał poprzez nabieranie rutyny, przekonania o nieomyślności własnych wyborów i usztywniania procesów zarządzania koniunkturalnymi wyborami personalnymi i konsekwencjami tych wyborów utrudniających podejmowanie właściwych decyzji. Może rodzić się przekonanie o bezkarności wobec konsekwencji podjętych błędnie decyzji.

Wskazana problematyka nie miała szans ulec praktycznej weryfikacji. Obowiązujący system prawny nie ogranicza prawa do powtarzalnego sprawowania funkcji prezydenta/burmistrza/wójta gminy. Jedynym determinantem, obowiązującym od 2002 roku, jest bezpośredni wybór dokonany przez uprawnionych wyborców. Potencjalnie system ten nie powinien budzić kontrowersji, jego założeniem jest subiektywne dobro głosującego, który akceptuje (lub nie) polityka sprawującego istotną dla niego funkcję, determinującą w znacznym wymiarze jego warunki życiowe. Brak akceptacji powoduje zakończenie sprawowania władzy. W prostym oglądzie rozwiązanie to jest proste i transparentne. Szczegółowy namysł i krytyczna analiza dotycząca determinantów

wpływających na decyzje elektoratu może jednak prowadzić do postawienia tezy, iż właściwym rozwiązaniem dynamizującym zmiany może być ograniczenie kadencji sprawowania władzy przez prezydenta kraju czy pełnienia wielu innych ważnych funkcji publicznych.

Wprowadzenie wyborów bezpośrednich było, bez wątpienia, krokiem w kierunku możliwości zdynamizowania rozwoju lokalnego. Czy kadencyjność może go jeszcze bardziej zmotywować?

Co wpływa na ograniczenia potencjalnie wolnego wyboru najważniejszej dla rozwoju lokalnego osoby? Jakie są negatywne determinanty przyjętego przez ustawodawcę rozwiązania? Są to m.in.:

1. Przeznaczanie środków publicznych na kampanie reklamowe i działania w obszarze *public relations* na rzecz przyszłego kandydata, prezydenta obecnie sprawującego władzę.
2. Nepotyzm i koniunkturalizm w organizowaniu wspólnot lokalnych zwłaszcza w instytucjach podporządkowanych prezydentowi miasta.
3. Obawa przed utratą pracy przez osoby zależne, pracujące w instytucji gminy i instytucjach podległych pod urząd prezydenta (tzw. kalkulowanie wyboru).
4. Łatwość w pozyskaniu środków finansowych na kampanie wyborcze przez osobę sprawującą funkcję od podmiotów i osób fizycznych związanych z gminą w okresie kadencji.
5. Dysponowanie infrastrukturą miejską, będącą elementem wykorzystywanym w kampaniach wyborczych.
6. Zdolność przekładania środków finansowych na efekty kadencji tuż przed kolejnymi wyborami.
7. Dostęp do mediów w okresie sprawowania funkcji, w tym budowanie relacji formalnych i nieformalnych z ich dysponentami lub dziennikarzami.
8. Starzenie się władzy w zakresie jej kreatywności i skuteczności.

Podniesione elementy tworzą nierówną płaszczyznę konkurencji kandydatów i prowadzą do intensyfikowania mechanizmów nieetycznych.

Wydaje się, iż kadencyjności sprawowania władzy może zmierzać do usprawnienia mechanizmów władzy poprzez jej obowiązkową odnawialność i ograniczenia niepożądanych efektów jej sprawowania.

Wpływ na wprowadzenie regulacji prawnych, w warunkach polskich, mają, w praktyce, wyłącznie partie polityczne, stąd jedną z dróg prowadzących do skutecznego uprawiania polityki są oczekiwania elektoratu, mniej lub bardziej intensywnie artykułowane. Interesujące wydaje się być poznanie poglądów elektoratu w poruszonym temacie.

W opinii wyborców do sejmiku, oddających swój głos na poszczególne partie polityczne, na zadane pytanie: *Czy okres pełnienia urzędu przez prezydenta miasta/burmistrza/wójta powinien być ograniczony do dwóch kadencji?* respondenci popierający Platformę Obywatelską zadeklarowali odpowiednio: 28,7% opowiedziało się zdecydowanie za ograniczeniem kadencji, 22,3% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 18,2% ankietowanych. Dezaprobatę wobec tego zagadnienia zadeklarowało jedynie 9,7% osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 23,7%.

W opinii wyborców do sejmiku, oddających swój głos na Polskie Stronnictwo Ludowe, odpowiedzi kształtowały się następująco: 14,5% sympatyków tej partii opowiedziało się za ograniczeniem kadencji, 22,4% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 25% ankietowanych. Dezaprobatę wobec tego zagadnienia zadeklarowało 14,5% osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 23,7%.

W opiniach wyborców do sejmiku, oddających swój głos na Prawo i Sprawiedliwość, również przeważały odpowiedzi pozytywne: 25% sympatyków tej partii opowiedziało się zdecydowanie za ograniczeniem kadencji, 26,8% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 25,4% ankietowanych. Dezaprobatę wobec tego zagadnienia zadeklarowało tylko 4,8% osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 25,4%.

Opinie wyborców do sejmiku, oddających swój głos na Ruch Palikota, pytanie kształtowały się następująco: 37,5% sympatyków tej partii opowiedziało się zdecydowanie za ograniczeniem kadencji, 20,3% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało tylko 6,3% ankietowanych. Dezaprobatę wobec tego zagadnienia zadeklarowało podobnie tylko 4,8% osób ankietowanych. Aż 29,7% wyborców tej partii nie miało zdania.

Poglądy wyborców do sejmiku, oddających swój głos na Sojusz Lewicy Demokratycznej, w omawianej kwestii kształtowały się następująco: 25% sympatyków tej partii opowiedziało się zdecydowanie za ograniczeniem kadencji, 38,9% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 14,8% ankietowanych. Dezaprobatę wobec tego zagadnienia zadeklarowało tylko 10,6% osób ankietowanych. Zdania nie miało 11,1%.

Odpowiedzi pozostałych wyborców kształtowały się następująco: 24,5% respondentów opowiedziało się zdecydowanie za ograniczeniem kadencji, 22,7% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 25,5% ankietowanych. Dezaprobatę wobec tego zagadnienia zadeklarowało tylko 8,2% osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 25,5%.

Tabela 1. *Okres pełnienia urzędu przez prezydenta miasta/burmistrza/wójta powinien być ograniczony do dwóch kadencji - rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi w deklaracjach w odniesieniu do wyborów do sejmiku, gdyby odbywały się w najbliższą niedzielę.*

		Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Razem
Platforma Obywatelska	ilość	71	55	52	45	24	247
	procent	28,7	22,3	21,1	18,2	9,7	100,0
Polskie Stronnictwo Ludowe	ilość	11	17	18	19	11	76
	procent	14,5	22,4	23,7	25,0	14,5	100,0
Prawo i Sprawiedliwość	ilość	57	61	58	41	11	228
	procent	25,0	26,8	25,4	18,0	4,8	100,0
Ruch Palikota	ilość	24	13	19	4	4	64
	procent	37,5	20,3	29,7	6,3	6,3	100,0
Sojusz Lewicy Demokratycznej	ilość	27	42	12	16	11	108
	procent	25,0	38,9	11,1	14,8	10,2	100,0
Inne	ilość	27	25	28	21	9	110
	procent	24,5	22,7	25,5	19,1	8,2	100,0
Nie głosował(a) bym	ilość	63	54	84	40	13	254
	procent	24,8	21,3	33,1	15,7	5,1	100,0

Z badań wynika, iż najbardziej otwarci na zmianę są wyborcy Ruchu Palikota, natomiast najmniej wyborcy Polskiego Stronnictwa Ludowego. Jednak w przypadku pierwszej z tych partii największy, w stosunku do wyborców innych partii, odsetek zwolenników nie miał zdania w tej sprawie.

Drugim z podniesionych zagadnień, była odpowiedź na analogiczne pytanie, jednakże poprzez pryzmat poglądów ideologicznych. Odpowiedzi wyborców do sejmiku deklarujących się jako lewicowi na zadane pytanie: *Czy okres pełnienia urzędu przez prezydenta miasta/burmistrza/wójta powinien być ograniczony do dwóch kadencji?* kształtowały się następująco: 27,6% opowiedziało się zdecydowanie za ograniczeniem kadencji, 25,3% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 18,3% ankietowanych. Dezaprobatę wobec tego zagadnienia zadeklarowało jedynie 7,8% osób ankietowanych. Zdania nie miało 21,0%.

W opinii wyborców do sejmiku, deklarujących swoje poglądy jako centrowe „również” przeważały głosy poparcia dla ograniczenia kadencyjności, mianowicie 28,2% opowiedziało się zdecydowanie za ograniczeniem kadencji, 20,4% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 27,2% ankietowanych. Dezaprobatę wobec tego zagadnienia zadeklarowało jedynie 9,7% osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 27,2%.

Wyborców do sejmiku, określający się jako pravicowcy, zadeklarowali: 22,8% opowiedziało się zdecydowanie za ograniczeniem kadencji, 27,9% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 19,4% ankietowanych. Dezaprobatę wobec tego zagadnienia zadeklarowało tylko 7,3 % osób ankietowanych. Zdania nie miało 22,5%.

Podobne wyniki uzyskano pytając osoby nie deklaruujące swoich poglądów ideologicznych. Osób zdecydowanie „za” było 26%, 22,7% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 14,9% ankietowanych. Dezaprobatę wobec tego zagadnienia zadeklarowało jedynie 6,3% osób ankietowanych. Zdania nie miał największy odsetek badanych 30, 1%.

Tabela 2. *Okres pełnienia urzędu przez prezydenta miasta/burmistrza/wójta powinien być ograniczony do dwóch kadencji - 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	71	65	54	47	20	257
	procent	27,6	25,3	21,0	18,3	7,8	100,0
Centrum	ilość	58	42	56	30	20	206
	procent	28,2	20,4	27,2	14,6	9,7	100,0
Prawica	ilość	81	99	80	69	26	355
	procent	22,8	27,9	22,5	19,4	7,3	100,0
Nie wiem/ nie potrafię określić	ilość	70	61	81	40	17	269
	procent	26,0	22,7	30,1	14,9	6,3	100,0

Dla zidentyfikowania motywów wskazanych powyżej poglądów na ograniczenie kadencji miasta władz lokalnych dokonano próby ich analizy w podstawowym, dla interesu wyborców, aspekcie - pogarszania się efektów pracy prezydenta mającego wpływ na funkcjonowanie, rozwój, a co za tym idzie, na poziom życia mieszkańców gminy. Wyniki badań pozwoliły wskazać dla jakiego procenta elektoratu jakoś pracy władz lokalnych jest ważnym kryterium przy wyborze na kolejną kadencję. Rzecz jasna temat ten wymaga dalszych pogłębionych badań.

W opinii wyborców do sejmiku, oddających swój głos na poszczególne partie polityczne, na zadane pytanie, czy widzą związek pomiędzy efektami pracy władz lokalnych w kontekście kolejnych kadencji, respondenci sympatyzujący z Platformą Obywatelską zadeklarowali odpowiednio: 17,4% zdecydowanie widzi taki związek, 18,6% odpowiedziało na zadane pytanie „raczej tak”. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 19,4% ankietowanych. „Zdecydowanie nie” odpowiedziało jedynie 4,9% osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 39,7%.

Wyborcy do sejmiku, oddający swój głos na Polskie Stronnictwo Ludowe, na zadane pytanie odpowiedzieli odpowiednio: „zdecydowanie tak” - 6,6%, i „raczej tak” 22,4%. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 25% ankietowanych. Odpowiedź „decydowanie nie” zadeklarowało 7,9% osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 38,2%.

W opinii wyborców do sejmiku, oddających swój głos na Prawo i Sprawiedliwość, rozkład odpowiedzi na zadane pytanie kształtował się następująco: 16,7% odpowiedziało „zdecydowanie tak”. „Raczej tak” odpowiedziało aż 30,7%. Odpowiedź „raczej nie” zadeklarowało 14% ankietowanych. „Zdecydowanie nie” zadeklarowało tylko 5,3% osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 30,7% ankietowanych.

Wyborcy Ruchu Palikota na zadane pytanie odpowiedzieli następująco: 23,4% odpowiedziało „zdecydowanie tak”, „raczej tak” aż 23,4%. Zdecydowanie przeciwnych było tylko 6,3% osób ankietowanych. Zdania nie miało 23,4% ankietowanych.

W opinii wyborców do sejmiku, oddających swój głos na Sojusz Lewicy Demokratycznej, odpowiedzi na zadane pytanie kształtowały się następująco: 16,7% odpowiedziało „zdecydowanie tak”, „raczej tak” - 26,9%. Odpowiedzi „raczej nie” udzieliło 15,7% ankietowanych. „Zdecydowanie nie” zadeklarowało tylko 4,6% osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 36,1% ankietowanych.

W poglądach wyborców innych partii, na zadane pytanie „zdecydowanie tak” odpowiedziało 13,6% respondentów, „raczej tak” - 22,7%. Odpowiedzi „raczej nie” udzieliło 15,5% ankietowanych. „Zdecydowanie nie” jako odpowiedź wskazało jedynie 3,6%. Natomiast aż 44,5% pytanych nie miało zdania.

Tabela 3. *Prezydent miasta/burmistrz/wójt pełniący swoją funkcję w gminie przez kilka kadencji uzyskuje z upływem czasu coraz gorsze efekty - rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi w deklaracjach w odniesieniu do wyborów do sejmiku, gdyby odbywały się w najbliższą niedzielę.*

		Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Razem
Platforma Obywatelska	ilość	43	46	98	48	12	247
	procent	17,4	18,6	39,7	19,4	4,9	100,0
Polskie Stronnictwo Ludowe	ilość	5	17	29	19	6	76
	procent	6,6	22,4	38,2	25,0	7,9	100,0
Prawo i Sprawiedliwość	ilość	38	70	76	32	12	228
	procent	16,7	30,7	33,3	14,0	5,3	100,0
Ruch Palikota	ilość	15	15	24	6	4	64
	procent	23,4	23,4	37,5	9,4	6,3	100,0

Zbigniew Widera

		Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Razem
Sojusz Lewicy Demokratycznej	ilość	18	29	39	17	5	108
	procent	16,7	26,9	36,1	15,7	4,6	100,0
Inne	ilość	15	25	49	17	4	110
	procent	13,6	22,7	44,5	15,5	3,6	100,0
Nie głosował(a) bym	ilość	43	62	109	31	10	255
	procent	16,9	24,3	42,7	12,2	3,9	100,0

Ciekawych wniosków dostarcza analiza odpowiedzi, na omawiane powyżej zagadnienie, dokonana przez pryzmat deklaracji ideologicznych respondentów.

W opinii wyborców do sejmiku, deklarujących się jako lewicowi 15,6% respondentów uważa, iż zdecydowanie pogłębia się nieefektywność pracy decydenta lokalnego sprawującego urząd. Odpowiedź „raczej tak” na zadane pytanie wybrało 24,5% ankietowanych, „raczej nie” - 15,6% Zdecydowanie związku takowego nie widzi 5,8% respondentów. Natomiast zdania nie miało aż 38,9%.

W opinii wyborców do sejmiku, deklarujących się jako centrowi odpowiedzi „zdecydowanie tak” udzieliło 14,1%, „raczej tak” - 22,4%. Odpowiedź „raczej nie” wybrało 19,4% ankietowanych. Odpowiedź „zdecydowanie nie” zadeklarowało jedynie 4,4% osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 42,7%.

W opinii wyborców deklarujących się jako prawicowi zadeklarowało pogorszenie efektów pracy władz lokalnych zdecydowanie dostrzegła 16,6% pytanych. „Raczej tak” na zadane pytanie odpowiedziało 28,5%. Odpowiedź „raczej nie” zadeklarowało 15,5% ankietowanych. „Zdecydowanie nie” odpowiedziało tylko 4,8 % osób ankietowanych. Zdania nie miało aż 34,6% ankietowanych.

W opinii wyborców niedeklarujących swoich poglądów ideologicznych, „zdecydowanie tak” na zadane pytanie odpowiedziało 18,1% pytanych. Odpowiedź „raczej tak” wybrało 22,5%. Odpowiedzi „raczej nie” udzieliło 13,3% ankietowanych. „Zdecydowanie nie” zadeklarowało tylko 41,9% osób ankietowanych, przy czym zdania nie miało aż 41,9% osób uczestniczących w badaniach ankietowych.

Kadencyjność funkcji prezydenta miasta/burmistrza/wójta gminy w poglądach elektoratu...

Tabela 4. Prezydent miasta/burmistrz/wójt pełniący swoją funkcję w gminie przez kilka kadencji uzyskuje z upływem czasu coraz gorsze efekty - 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	40	63	100	39	15	257
	procent	15,6	24,5	38,9	15,2	5,8	100,0
Centrum	ilość	29	40	88	40	9	206
	procent	14,1	19,4	42,7	19,4	4,4	100,0
Prawica	ilość	59	101	123	55	17	355
	procent	16,6	28,5	34,6	15,5	4,8	100,0
Nie wiem/ nie potrafię określić	ilość	49	60	113	36	12	270
	procent	18,1	22,2	41,9	13,3	4,4	100,0

Podsumowując wyniki badań, w pierwszej kolejności należy podkreślić ich znaczenie. Tocząca się aktywnie dyskusja o ograniczeniu kadencyjności powinna mieć swoje podłoże nie w opinii polityków, uwłaszczających się niejednokrotnie nadmiernie na swoich funkcjach, ale na opiniach elektoratu, budowanych na jego oczekiwaniach. Sztuczność dyskursu politycznego polega bowiem na oderwaniu jego istoty od woli wyborców delegujących na urząd w demokratycznych procedurach swych przedstawicieli, nie po to by realizowali wyłącznie o swój punkt widzenia, a raczej dlatego, aby spójnie z delegacją i wolą wyborców wprowadzali w życie uregulowania wypełniające rolę społeczeństwa. Obowiązujący na terenie Rzeczypospolitej ustroj nie nakłada wprawdzie konieczności społecznej konsultacji, czy wręcz nie uniemożliwia bez niej procesu legislacyjnego, jednak uwzględnianie woli społeczeństwa powinno być podstawowym kanonem etycznego zachowania polityków.

Omawiane badania są małym krokiem w tym kierunku. Pokazują one niejednoznaczność ocen toczącego się dyskursu. Co więcej pozwalają na refleksję nad stopniem rozumienia efektywności pracy polityków przez społeczności lokalne. Niezwykle wysoki odsetek pytanych (33-44%) respondentów nie ma zdania na temat związku kadencji ze sprawnością zarządczą polityków. W tym kontekście pojawia się pytanie, jaki jest stopień świadomości mieszkańców gmin dotyczący zachodzących obok nich zmian.

Interesującym jest to, jaki jest sposób realizowania polityki informacyjnej, a co najważniejsze, jaki jest stopień uczestnictwa mieszkańców w realizowanych dla nich programach społeczno-gospodarczych, co stanowi pożądaną aktywność społeczeństwa obywatelskiego. Istotne jest również, na ile politycy lokalni zwracają się do społeczności lokalnych o akceptację priorytetów

swojego zarządzania oraz w jakim stopniu się z nich rozliczają. Dojrzała demokracja bez obecności ludzi w sprawowaniu władzy nie istnieje. Jest jedynie substytutem wymaganej organizacji życia społecznego. Obecnie mieszkaniec nie czuje się gospodarzem, ale co gorsze, jego możliwości i kreatywność nie stanowią wartości dla sprawujących władzę. Fakt ten powinien zmuszać do refleksji.

Bez względu na, zarysowany wynikami opisywanego badania, stan rzeczy warto nie tylko kontynuować proces badawczy, ale również dopominać się o bezwarunkowe uwzględnianie opinii wyborców w kreowaniu polityki państwa. Cóż bowiem znaczy państwo bez obywatela czującego się w nim dobrze?

Bibliografia:

- Muszyński J. (2001), *Leksykon marketing politycznego*, Wrocław: Alta 2.
- Chłodnicki M. (2002), *Komunikacja marketingowa jako narzędzie kształtowania relacji w usługach profesjonalnych*, [w:] Rogoziński K. (red.), *Marketing usług profesjonalnych*, Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Antoszewski A. (2002), *O zwiększeniu skuteczności*, [w:] Mazur M. (red.), *Marketing polityczny*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Czajkowski A. (2002), *Wyborca na rynku politycznym*, [w:] Jabłoński A, Sobkowiak L. (red.), *Marketing polityczny w teorii i praktyce*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Nimmo D. (1970), *Political Persuaders*, Nowy Jork: Prentice Hall.
- Koźmiński A., Piotrowski W. (1996), *Zarządzanie teoria i praktyką*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Mariusz Kolczyński

Uniwersytet Śląski
w Katowicach, Polska

Magdalena Faracik-Nowak

Uniwersytet Śląski
w Katowicach, Polska

SAMORZĄDNOŚĆ A PRZYNALEŻNOŚĆ PARTYJNA

Abstract:

Self governance and the political affiliation

The main aim of this article is to identify current issues in the field of local government in Poland, especially the local political elites in the context of their political affiliation. The decentralization process and the gradual transfer of the responsibilities of the national regional and local dimension has led to the development of self-government. This in turn enabled the participation in the process of governance every citizen of the inhabited area. Recent local elections show that localism is a relative term and greatly simplified. Each of the local politician has own connections with a specific option. Those behavior leads to a kind of self-governance crisis that manifests itself among other things: a decrease of public trust, low voter turnout and increase the sense of social alienation.

Key words:

self-governance, political affiliation, decentralization, political elites

Decentralizacja władzy z początków lat dziewięćdziesiątych doprowadziła do stopniowego przekazywania funkcji rządu w regionach społecznościom je zamieszkującym. Proces ten był spójny z ideą budowy społeczeństwa obywatelskiego i kolejnych etapów demokratyzacji kraju, w tym wejścia do struktur Unii Europejskiej. Jak wskazują badania, lokalność i samorządność została mocno podporządkowana elitom władzy rządzącej aktualnie w kraju. Jak zatem obywatele oceniają kandydatów do władz samorządowych i jaki mają stosunek do lokalnych komitetów wyborczych?