

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) Błogi 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 Miętkiewicz).....	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**,

Marcin Zaborski

Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Warszawa

**STRAŻNIK DEMOKRACJI CZY RELIKT
PRZESZŁOŚCI? DYSKUSJE NAD ZASADNOŚCIĄ
STOSOWANIA CISZY WYBORCZEJ**

Abstract:

An upholder of democracy or a relic of the past? A debate on the validity of election silence application

The article focuses on the issue of election silence, the range of its applicability and significance for the Polish democratic system. It describes in detail the legal perspective of the phenomenon at the same time illustrating its actual impact on the functioning of party competition and electoral decision-making process.

The primary goal of this paper is to present the results of empirical studies on the importance of pre-election polls for the development of the actual support of voters. Empirical verification has been applied to a thesis which assumes that the publication of opinion polls in support of candidates or political parties during election campaigns should be forbidden longer than just during election silence. The results were also correlated with the declared political preferences of the respondents, which allowed the author a more detailed analysis of the revealed regularities.

Key words:

electoral silence, election survey, political campaign, democracy, voters

Nie jesteśmy w stanie jednoznacznie – w sposób uniwersalny – wskazać, co kryje się pod pojęciem „cisza wyborcza”. Analizując zapisy prawne obowiązujące w części krajów, dojdziemy do wniosku, że chodzi o zakaz agitacji wyborczej, obowiązujący od momentu rozpoczęcia głosowania do chwili zamknięcia lokali wyborczych. Istnieje jednak również grupa państw, w których zakaz agitacji towarzyszącej aktowi wyborczemu zaczyna obowiązywać już kilka, kilkanaście lub kilkadziesiąt godzin przed początkiem

głosowania (w Hondurasie na przykład wprowadzono 5-dniowy okres ciszy przed wyborami, z kolei między innymi w Boliwii, Meksyku i Salwadorze – 3-dniowy). Są też kraje, w których zakazane zostało tylko podawanie do publicznej wiadomości wyników badań prognozujących rezultaty głosowania, przeprowadzanych w lokalach wyborczych. Ale bywa i tak, że cisza wyborcza obejmuje zarówno zakaz agitacji, jak i publikowania sondaży. Są też wreszcie kraje, w których prawodawcy nie sięgnęli do żadnego z tych rozwiązań i nie uwzględnili instytucji ciszy wyborczej w systemie politycznym. Wszędzie tam jednak, gdzie się na to zdecydowano, intencje tego kroku wydają się podobne. Pojawia się tu bowiem oczekiwanie, że regulacje ograniczające polityczną aktywność w dniu wyborów, czy też w okresie je poprzedzającym, mają wspierać obywateli w podejmowaniu przez nich decyzji wyborczej – w warunkach spokoju i w atmosferze rozważa [Wiszowaty 2012: 2-4].

Cisza wyborcza w Polsce

Obok Konstytucji RP, która określa ramy procesów wyborczych, kluczowe miejsce wśród aktów regulujących ten obszar w polskim systemie prawnym zajmuje Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 roku – Kodeks wyborczy. Odnosi się zarówno do wyborów parlamentarnych, prezydenckich, samorządowych, jak i wyborów do Parlamentu Europejskiego. Choć nie znajdujemy w tym dokumencie terminu ‘cisza wyborcza’, ustawa stanowi cenne źródło informacji na temat podejmowanego przez nas zagadnienia. Wskazuje reguły i tryb zgłaszania kandydatów, przeprowadzania oraz ważności odbywających się w Polsce wyborów. Określa więc między innymi, jakimi zasadami powinni kierować się uczestnicy kolejnych kampanii wyborczych.

Z ww. ustawy wynika, że kampania wyborcza w Polsce jest okresem, który rozpoczyna się z dniem ogłoszenia przez odpowiedni organ aktu o zarządzeniu wyborów, a kończy się na 24 godziny przed dniem głosowania (art.104). W tym właśnie czasie możliwe jest prowadzenie agitacji wyborczej, czyli nakłanianie lub zachęcanie do głosowania w określony sposób lub na kandydata określonego komitetu wyborczego (art. 105). Później następuje okres potocznie opisywany za pomocą zwrotu ‘cisza wyborcza’⁸. Kodeks wyborczy wyznacza

⁸ O ile w przypadku kampanii wyborczej i wyborów mówimy o „ciszy wyborczej”, o tyle w odniesieniu do kampanii poprzedzających referenda używamy pojęcia „cisza referendalna”. W tym przypadku mamy na myśli okres bezpośrednio poprzedzający głosowanie referendalne oraz obejmujący dzień głosowania, do momentu zakończenia oddawania głosów. Jak odnotowują Bartłomiej Michalak i Anna Frydrych – „instytucja ciszy referendalnej nie ma definicji legalnej, ale jest pojęciem ‘dorozumianym’, wyprowadzonym z analizy przepisów poświęconych zasadom i terminom, w jakich prowadzi się kampanię referendalną” [Michalak, Frydrych 2012: 44]. Jeden z najciekawszych przykładów wątpliwości dotyczących przestrzegania ciszy referendalnej stanowią wydarzenia z roku

w tym zakresie wyraźną granicę czasową. Znajdujemy w nim bowiem zapis, mówiący o tym, że „w dniu głosowania oraz na 24 godziny przed tym dniem prowadzenie agitacji, w tym zwoływanie zgromadzeń, organizowanie pochodów i manifestacji, wygłaszanie przemówień oraz rozpowszechnianie materiałów wyborczych jest zabronione” (art. 107). W tym samym miejscu ustawa określa również, że „agitacja wyborcza w lokalu wyborczym oraz na terenie budynku, w którym ten lokal się znajduje, jest zabroniona”. Ten, kto nie stosuje się do tych zakazów, popełnia wykroczenie i podlega karze grzywny (art. 498).

Dopuszczonym przez ustawodawcę wyjątkiem od tych obostrzeń jest publikacja sprostowania, odpowiedzi lub przeprosin za wcześniejsze rozpowszechnianie materiałów, wypowiedzi lub innych form agitacji wyborczej zawierających nieprawdziwe informacje (art. 111). Jeżeli zatem sąd, procedując w trybie wyborczym, orzeknie konieczność takiej publikacji w prasie, radiu bądź telewizji, realizacja tego orzeczenia nie będzie oznaczała niedozwolonej agitacji i naruszenia ciszy wyborczej.

Kodeksowe ograniczenia odnoszą się również do publikacji wyników badań opinii publicznej dotyczących przewidywanych zachowań wyborczych i wyników wyborów, a także wyników sondaży wyborczych przeprowadzanych w dniu głosowania. Zakaz podawania ich do publicznej wiadomości zaczyna obowiązywać zawsze na 24 godziny przed dniem głosowania i należy go przestrzegać aż do zakończenia głosowania (art. 115)⁹. Kodeks wyborczy zawiera również przepisy odnoszące się do przypadków naruszenia ciszy wyborczej poprzez ujawnianie wyników badań demoskopijnych. Ustawa przewiduje bowiem, że ten, kto robi to w czasie trwania ciszy wyborczej, podlega karze grzywny, której wysokość może sięgać od pięciuset tysięcy do miliona złotych (art. 500).

2003, gdy przeprowadzone zostało referendum akcesyjne dotyczące wstąpienia Polski do Unii Europejskiej. Aby referendum było wiążące, musiała wziąć w nim udział połowa uprawnionych. Tymczasem pierwsze nieoficjalne doniesienia wskazywały na bardzo niską frekwencję. Po pierwszym dniu głosowania PKW podała, że do urn poszło zaledwie 17,61 procent uprawnionych. W drugim dniu głosowania pojawiały się nieoficjalne informacje, że na kilka godzin przed zakończeniem referendum frekwencja wynosi zaledwie 40 procent. Pojawiały się więc próby namawiania do głosowania, które mogły być odbierane jako naruszenie ciszy wyborczej. Kończąc wydanie telewizyjnego programu *Teleexpress*, dziennikarz Maciej Orłoś stwierdził: „My tu gadu, gadu, a wróbelki ćwierkają, że brakuje nam jeszcze kilku procent” [PAP 2013: *Debata ISP*].

⁹ Ustawa określa, że przepis ten obowiązuje na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, co ma istotne znaczenie w przypadku Polaków przebywających za granicą i biorących udział w głosowaniu poza granicami kraju. Niejednokrotnie pojawiały się bowiem wątpliwości dotyczące przestrzegania ciszy wyborczej w takich okolicznościach.

PKW jako strażnik ciszy

Pojawiające się wątpliwości dotyczące zakresu obowiązywania ciszy wyborczej lub podejrzenia jej nieprzestrzegania rozstrzyga Państwowa Komisja Wyborcza. I tak na przykład wybory prezydenckie w 2010 roku przyniosły pytanie o to, czy w czasie trwania tak zwanej ciszy wyborczej dopuszczalne jest organizowanie imprez okolicznościowych, takich jak artystyczno-rozrywkowe, sportowe czy rekreacyjne. PKW stanęła wówczas na stanowisku, że „zakaz zwoływania zgromadzeń, organizowania pochodów, wygłaszania przemówień nie dotyczy imprez o charakterze kulturalnym, sportowym, religijnym oraz innych niemających charakteru agitacji wyborczej”. Nic nie stoi więc na przeszkodzie, by w dzień wyborów – czy też w dzień poprzedzający głosowanie – organizować takie imprezy, jeśli nie mają charakteru politycznego i nie zawierają żadnych elementów agitacyjnych (chodzi zarówno o agitację na rzecz danego kandydata, jak i przeciwko któremuś z kandydatów). Komisja odnotowała jednocześnie, że gdyby w czasie tych imprez podawane były informacje o komitetach wyborczych lub o poszczególnych kandydatach, mogłoby to rodzić zarzuty o prowadzeniu zabronionej przepisami prawa agitacji. Nie może być więc w takich przypadkach mowy o wygłaszaniu przemówień przez kandydatów lub przedstawicieli komitetów wyborczych, jak również o kolportowaniu ulotek czy rozpowszechnianiu w inny sposób materiałów agitacyjnych, na przykład programu wyborczego [Wyjaśnienia Państwowej Komisji Wyborczej dotyczące organizacji imprez okolicznościowych...]¹⁰. Opinia ta koresponduje z wyrażonym w innym miejscu stanowiskiem odnoszącym się do ciszy wyborczej, zgodnie z którym „podczas dozwolonych w tym okresie zgromadzeń, akcji charytatywnych, imprez kulturalnych, sportowych itp. oraz spotkań religijnych, a także wydarzeń o charakterze państwowym w tym z udziałem gości zagranicznych nie mogą mieć miejsca zdarzenia i fakty noszące znamiona agitacji wyborczej”¹¹. Znajdujemy tu również wskazówkę

¹⁰ Przy okazji wyborów parlamentarnych w 2011 roku PKW rozstrzygała między innymi wątpliwości dotyczące materiałów wyborczych. O ile bowiem zakaz rozwieszania plakatów i billboardów, rozdawania ulotek, organizowania wieców czy emisji spotów radiowych lub telewizyjnych nie rodził pytań, o tyle problematyczna stała się kwestia agitacji ruchomej, czyli na przykład umieszczania wizerunku kandydatów na samochodach, autokarach czy pojazdach komunikacji miejskiej. Państwowa Komisja Wyborcza wyjaśniała wówczas, że „na 24 godziny przed dniem wyborów i w dniu wyborów, przemieszczanie się pojazdów, w tym pojazdów komunikacji miejskiej, na których umieszczono wyborcze materiały agitacyjne, traktowane jest jako aktywna forma agitacji i naruszenie zakazu prowadzenia kampanii wyborczej” [Zawile zasady ciszy]. Stąd wniosek, że takie pojazdy nie mogą się poruszać w czasie obowiązywania ciszy wyborczej.

¹¹ Problem ten można było zaobserwować na przykład w kontekście wyborów samorządowych w 2006 roku, których termin został wyznaczony na 12 listopada. Zwracano wówczas uwagę, że okres ciszy wyborczej będzie obejmował 11 listopada, czyli dzień, w którym w naturalny

dla mediów, albowiem PKW stwierdziła, iż „przedstawianie przez środki masowego przekazu tych wydarzeń, nawet z udziałem w nich osób kandydujących na urząd Prezydenta Rzeczypospolitej, nie może być uznawane za naruszające ‘ciszę wyborczą’, jeżeli przekaz ograniczy się do bezpośredniej relacji z wydarzenia, bez komentarza co do kandydata i jego obecności [Wyjaśnienia, informacje, opinie 2010: 36].

W innym miejscu Państwowa Komisja Wyborcza wyjaśniała, że w dniu wyborów media mogą informować o ich przebiegu oraz pokazywać głoszących kandydatów i nie stanowi to – w myśl obowiązujących przepisów – naruszenia ciszy wyborczej. Co więcej – „dopuszczalne jest także prezentowanie osób zachęcających do udziału w wyborach. Jednakże wypowiedzi tych osób nie mogą zawierać żadnych elementów agitacji na rzecz kandydatów” [Wyjaśnienia Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 18 czerwca 2010 r.]. I tak na przykład w dniu wyborów prezydenckich, wypowiedzi zachęcających do głosowania nie powinni udzielać kandydaci na Prezydenta RP, ani osoby, które wchodzi w skład ich sztabów wyborczych lub też są powszechnie kojarzone z poszczególnymi kandydatami. Chodzi o to, by zapobiec sytuacji, w której upubliczniona przez media wypowiedź kandydata lub jego współpracownika mogłaby być odebrana jako „niedozwolona mobilizacja elektoratu tego kandydata” [Wyjaśnienia Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 18 czerwca 2010 r.]. Podobnej wrażliwości PKW oczekuje od mediów w kontekście podawania informacji na temat kandydatów ubiegających się o stanowisko głowy państwa. Otóż, w okresie ciszy wyborczej, środki masowego przekazu mogą przekazywać informacje na ich temat, ale muszą one prezentować w ten sam sposób wszystkich kandydatów. Co ważne – przekazy te mogą obejmować jedynie te dane, które zostały zamieszczone w obwieszczeniu Państwowej Komisji Wyborczej o kandydatach na Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, znajdującym się w każdym lokalu wyborczym [Wyjaśnienia Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 18 czerwca 2010 r.].

W swoich wyjaśnieniach PKW odniosła się również do problemu prowadzenia agitacji wyborczej za pomocą Internetu. Zareagowała w ten sposób między innymi na popularność portali społecznościowych i ich rosnącą rolę w prowadzeniu kampanii politycznych. Komisja podkreślała więc, że „zakaz prowadzenia kampanii wyborczej w okresie tzw. ciszy wyborczej obejmuje również wszelką aktywność w Internecie” [Wyjaśnienia Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 18 czerwca 2010 r.]. Zapis ten należy rozumieć w ten sposób, iż wszelkie informacje, także te o charakterze agitacyjnym, które

sposób przedstawiciele władz będą pojawiali się na oficjalnych obchodach Święta Niepodległości. W komentarzach przekonywano, że taki układ kalendarza wyborczego stanie się sprawdzianem z odpowiedzialności dla polityków, uczestniczących w manifestacjach, wiecach i innych wydarzeniach związanych ze świętem [Wybory bez ciszy 2006: 4].

zostały zamieszczone na stronach internetowych w toku kampanii wyborczej, mogą na nich pozostawać także w czasie trwania wyborów. Niedopuszczalne jest natomiast dodawanie podczas ciszy wyborczej nowych wpisów nakłaniających do oddania głosu na rzecz konkretnego kandydata.¹² Nie można również w tym czasie publikować wyników badań sondażowych – nie tylko dotyczących szans poszczególnych kandydatów, ale też szacowanej frekwencji wyborczej. W dniu wyborów istnieje natomiast możliwość podawania informacji o częściowej frekwencji, którą Państwowa Komisja Wyborcza ustala na podstawie danych przekazywanych jej przez komisje obwodowe [*Wyjaśnienia Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 18 czerwca 2010 r.*].

Pytania kierowane do PKW dotyczyły również terminu obowiązywania „ciszy wyborczej” w przypadku przedłużenia głosowania. Chodzi o sytuację, w której następuje przesunięcie godziny zamknięcia lokali wyborczych – lub choćby jednego lokalu wyborczego – co zdarzało się dotąd w czasie wyborów z różnych przyczyn. Pojawiała się wówczas wątpliwość, od kiedy można ujawniać wyniki badań opinii publicznej przeprowadzanych w lokalach wyborczych i prognozujących efekty wyborczej rywalizacji. Państwowa Komisja Wyborcza uznała, że „w przypadku, gdyby głosowanie w którymkolwiek obwodzie głosowania na terenie kraju zostało przedłużone lub odroczone (...), zakaz prowadzenia kampanii wyborczej, publikowania sondaży wyborczych oraz prowadzenia agitacji wyborczej będzie obowiązywał do najpóźniejszej godziny, do której przedłużono głosowanie” [*Wyjaśnienie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 21 października 2005 r.*].¹³

Państwowa Komisja Wyborcza dokonywała również interpretacji przypadku dotyczącego nałożenia się kampanii poprzedzającej wybory prezydenckie

¹² Odrębnym problemem pozostaje kwestia odpowiedzialności za wpisy zamieszczane przez internautów na portalach społecznościowych czy blogach. Z jednej strony przepisy wyłączają odpowiedzialność administratora strony internetowej do chwili, w której otrzymuje on urzędowe powiadomienie lub wiarygodną informację o tym, że któryś z komentarzy zamieszczonych przez internautów łamie prawo. Przewiduje to art. 14 ust. 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 z późniejszymi zmianami). Z drugiej jednak strony zdarza się, że – gdy przedmiotem sporu stają się na przykład wpisy naruszające ciszę wyborczą – sądy wydają wyroki skazujące administratorów serwisów internetowych, nawet jeśli nie otrzymali oni wcześniej wiarygodnego zawiadomienia czy zgłoszenia treści łamiących prawo. Stąd pojawiające się głosy ekspertów, że sądy nie zawsze odróżniają internetowe wpisy użytkowników serwisów od treści zamieszczanych przez ich administratorów [Wikariat 2013: B1].

¹³ Po doświadczeniach z przypadkami przedłużania głosowania PKW proponowała organom państwa mającym inicjatywę ustawodawczą rozważenie zmiany przepisów. Sugerowała, że należy odejść od zasady, że w przypadku przedłużenia głosowania w kilku obwodach głosowania obowiązywanie ciszy wyborczej przedłużane jest na obszarze całego kraju. Zob. *Informacja o realizacji przepisów ustawy z dnia 12 kwietnia 2001 r. – Ordynacja wyborcza do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej w wyborach przeprowadzonych w dniu 21 października 2007 r. wraz z propozycjami ich zmian*, ZPOW-500-2/08.

na okres ciszy przed wyborami parlamentarnymi. Do takiej sytuacji doszło w 2005 roku. W dniu, w którym zakazana była już agitacja związana z politycznym wyścigiem do Sejmu i Senatu, formalnie rozpoczynała się radiowo-telewizyjna kampania prezydencka. Promując zatem kandydata na najwyższy urząd w państwie, można było zyskać jeszcze pewną liczbę głosów w wyborach parlamentarnych. Jako że sytuacja była niejednoznaczna i budziła wątpliwości, komisja wystosowała apel (nie mogła wydać formalnego zakazu), przedstawiając następującą argumentację: „W imię zachowania jasnych reguł gry wyborczej i dobrze pojętej kultury politycznej PKW zwraca się o rezygnację z prowadzenia kampanii wyborczej podczas ciszy” [*Prawie zupełnie* 2005: 4].

Wśród oficjalnych opinii wyrażanych przez Państwową Komisję Wyborczą znajdują się i takie, które wskazują granice dopuszczalnych zachowań członków komisji wyborczych w dniu głosowania. PKW została bowiem zapytana o to, czy członkowie komisji obwodowych mogą w czasie wykonywania czynności w lokalach wyborczych nosić stroje, które nawiązują do symboli reprezentowanej przez nich partii politycznej (przykładem mogą być charakterystyczne białe-czerwone krawaty używane przed laty przez członków partii Samoobrona RP). Państwowa Komisja Wyborcza jednoznacznie wówczas odpowiedziała, że członkowie komisji wyborczych, podobnie jak mężowie zaufania, jako funkcjonariusze publiczni nie mogą eksponować swojej przynależności partyjnej. Dotyczy to zarówno ich zachowania, jak i stroju. Jeśliby więc używali elementów ubioru, które są powszechnie kojarzone z konkretnym ugrupowaniem politycznym, dopuściliby się naruszenia ciszy wyborczej i prowadzenia zakazanej prawem agitacji. Tymczasem – jak podkreśla PKW – „członków komisji wyborczych obowiązuje bezwzględny zakaz prowadzenia kampanii wyborczej (...), zakazane jest także każdemu prowadzenie wszelkich form agitacji w lokalu wyborczym oraz na terenie budynku, w którym ten lokal się znajduje” [*Wyjaśnienie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 3 czerwca 2004 r.*].¹⁴

¹⁴ Wśród wątpliwości, które rozstrzygać musiała Państwowa Komisja Wyborcza, można znaleźć i takie, które odnoszą się do argumentów zupełnie innej natury. W 2005 roku pojawiło się na przykład pytanie, czy ciszę wyborczą narusza zaplanowany na dzień wyborów pokaz filmu *O dwóch takich, co ukradli księżyc*. Wątpliwości wzięły się stąd, że w filmie nakręconym w 1962 roku na podstawie powieści Kornela Makuszyńskiego zagrali Lech i Jarosław Kaczyński. Wcielili się w bohaterów, których autor opisał w następujący sposób: „chłopcy żli i bez serca, którzy nigdy nikomu nie pomogli, a każdemu dokuczali, z każdym szukali zwady i powodu do bójki”. Niektórzy doszukiwali się w tych słowach aluzji do aktualnych wydarzeń politycznych, jednak szef PKW wyrokował, że nie ma w tym przypadku mowy o agitacji wyborczej. Jak stwierdził – gdyby emisję filmu uznać za złamanie ciszy wyborczej, podobnie należałoby odnieść się do prezentowanych w telewizji filmów animowanych opowiadających losy Kaczora Donalda, w których można by się doszukać aluzji do innego polityka – Donalda Tuska [*O dwóch takich...* 2005: 2].

Cisza chroni czy psuje demokrację?

Dyskusja toczy się zarówno na poziomie publicystycznym, chociażby na łamach prasy, jak też w kręgach naukowych, czego wyrazem są opracowania podejmujące problematykę ciszy wyborczej i analizujące celowość jej stosowania.

Z jednej strony, w opracowaniach naukowych podnosi się więc, że po okresie kampanii wyborczej – szczególnie intensywnej zwykle w jej ostatniej fazie – wyborca ma prawo do namysłu, dekodowania i przeanalizowania odebranych wcześniej przekazów perswazyjnych, porównania zaprezentowanych mu ofert politycznych, skonfrontowania ich z własnymi oczekiwaniami i wyobrażeniami oraz, w rezultacie, dokonania wyboru. Zwolennicy utrzymania instytucji ciszy wyborczej przekonują, że dzięki niej wybór ma szansę być bardziej świadomy a sam akt wyborczy bardziej uroczysty. Jak zauważają na przykład Bartłomiej Michalak i Anna Frydrych – chodzi o uwolnienie obywateli od otaczającego ich szumu informacyjnego oraz umożliwienie im „spokojnego zapoznania się z argumentami i konsekwencjami wyboru określonej opcji, zniwelowanie znanego z psychologii społecznej *efektu świeżości* (polegającego na lepszym zapamiętywaniu i przyswajaniu informacji prezentowanych pod koniec procesu komunikacyjnego) oraz stworzenie warunków do przemyślenia i podjęcia decyzji w warunkach wolnych od perswazyjnego i intensywnego charakteru kampanii” [Michalak, Frydrych 2012: 47].

Z drugiej jednak strony, nie sposób nie zauważyć zmieniających się realiów, w których rozgrywa się rywalizacja polityczna. W tym kontekście można usłyszeć zarzuty, iż cisza wyborcza staje się instytucją archaiczną, nieprzystającą do rzeczywistości czy też nie dającą się w pełni wyegzekwować. W dużej mierze odpowiada za to rozwój rozmaitych narzędzi internetowych, które nabrały szczególnego znaczenia w prowadzeniu kampanii wyborczych.

Ponadto jesteśmy świadkami wyraźnego przewartościowania w sferze komunikacji społecznej, czego efektem jest stopniowe osłabianie dotychczas dominujących kanałów informacyjnych i zastępowanie ich nowymi przestrzeniami wymiany myśli i danych. Kreowanie tych nowych elektronicznych przestrzeni rodzi konieczność dostosowywania do nich regulacji prawnych. Rzeczywistość jednak zwykle wyprzedza przepisy, w związku z czym mamy do czynienia z niejasnościami, wątpliwościami i brakiem jednoznacznych interpretacji określonych zachowań czy działań. To wyzwanie stoi również przed instytucją ciszy wyborczej.

Nie jest odosobniony głos Andrzeja Antoszewskiego, który zauważa, że „przy obecnych możliwościach komunikowania się poza oficjalnymi mediami, cisza wyborcza nie ma najmniejszego sensu, bowiem cały czas

istnieją możliwości dotarcia do umysłów wyborców” [Antoszewski]¹⁵. Nie brakuje więc autorów, którzy postulują zmiany w regulacjach odnoszących się do ciszy wyborczej i – tak jak Anna Rakowska – przekonują, iż nowe metody i techniki wykorzystywane w prowadzeniu kampanii sprawiły, że „cisza wyborcza w postaci przyjętej w polskim prawie wyborczym stała się fikcją. Choć Państwowa Komisja Wyborcza i sądy starają się tak interpretować przepisy prawa wyborczego, by nadać ciszy jak najbardziej racjonalny wymiar, to w świetle obecnych możliwości, aktywności komitetów, kandydatów i internautów jest to po prostu niemożliwe, stąd krytyka orzeczeń sądowych i interpretacji PKW” [Rakowska 2012: 27-28]. W podobnym tonie głos zabiera Marcin Michał Wiszowaty, kiedy stwierdza, że: „Nie ulega wątpliwości fakt, że fasadowa regulacja prawna ciszy wyborczej bardziej zagraża standardom demokratycznych wyborów niż brak ciszy” [Wiszowaty 2012: 23].

Podobne strategie argumentacyjne można odnaleźć w dyskusji toczonej na łamach prasy przez publicystów, jak i przedstawicieli środowisk politycznych. Pytania o zasadność stosowania ograniczeń wyborczej agitacji pojawiają się w niej na przestrzeni kolejnych dekad. Na przykład, przy okazji wyborów prezydenckich w 1995 roku, Tadeusz Mazowiecki przekonywał, iż potrzebny jest dzień namysłu, zwłaszcza że „ostatnie dni kampanii wyborczej upływały na takich atakach, które odwracają uwagę od spraw o wiele ważniejszych” [Mazowiecki 1995: 1]. Podobnego argumentu użył kilkanaście lat później Piotr Winczorek. Zwracał uwagę na potrzebę wyciszenia politycznych sporów na finiszu kampanii, oceniając, że ostatnie dni wyborczej rywalizacji są czasem sięgania po niezbyt wyszukane argumenty [Kowalczyk, Gmyz]. Nie wszyscy jednak podzielają te argumenty. Katarzyna Kolenda-Zaleska, przekonując,

¹⁵ Można tu wskazać chociażby przykłady stosowania zawaolowanych komunikatów przesyłanych w dniu wyborów pomiędzy użytkownikami portali społecznościowych. W czasie wyborów prezydenckich w 2010 roku internauci pisali o wyścigu wyborczym, odwołując się do sportowej metafory. Rywalizację pomiędzy Bronisławem Komorowskim i Jarosławem Kaczyńskim porównywali do wyścigu żużlowego pomiędzy dwoma zawodnikami – Tomaszem Gollobem i Jarosławem Hampel (,Gollob prowadzi już czternastoma okrążeniami, Hampel zostaje z tyłu” – przy czym okrążenia zastępowały punkty procentowe). [Zawile zasady ciszy]. Z kolei w 2011 roku, dyskutując o możliwych wynikach wyborów, nie używali nazw ugrupowań politycznych; zastąpili je nazwami warzyw sprzedawanych na bazarze. Spodziewane poparcie dla poszczególnych partii wyrażali za pomocą cen poszczególnych warzyw [Jak Internet omija!]. Podobną metodę omijania ciszy wyborczej odnotowano w przypadku bułgarskich wyborów parlamentarnych w 2013 roku. W tym przypadku jedna z sofijskich stacji telewizyjnych podawała zakamuflowany komunikat o frekwencji wyborczej po kilku godzinach głosowania. Podała, iż „siła wiatru w bułgarskiej stolicy wynosi 11 metrów na sekundę” (wg nieoficjalnych danych frekwencja w tym momencie miała wynosić właśnie 11 procent). Inna stacja telewizyjna – również sięgając po retorykę meteorologiczną – informowała z kolei, że w ogrodzie Borysowa temperatura wynosi 29 stopni, natomiast na poletku Staniszewa jest wyższa i sięga 29,5 stopnia. W ten sposób wskazywała na poziom poparcia walczących ze sobą ugrupowań, których liderami byli Borysow i Staniszew [Wybory Bułgarii].

że instytucja ciszy wyborczej nie ma żadnego uzasadnienia, buduje następujący obraz: „Kampania rozpędza się jak koń, który nagle w piątek o północy staje dęba i zatrzymuje tę rozpędzoną maszynę, zostawiając wyborców w stanie politycznego rozedrgania” [Kolenda-Zaleska 2012: 2]. Poza odwołaniami do emocji, komentatorzy krytykujący instytucję ciszy wyborczej podnoszą też argumenty o charakterze technicznym i przekonują, że w dobie Internetu nikt nie jest w stanie zablokować agitacji wyborczej prowadzonej za pomocą serwerów poza Polską. W ten sposób próbują wskazać archaiczność przepisów ograniczających agitację, przekonując jednocześnie, że jeżeli fikcyjna jest możliwość ich egzekwowania, „utrzymywanie przepisów, które są w sposób oczywisty niestosowane, może prowadzić do erozji systemu prawnego, zmniejszenia znaczenia prawa w demokratycznym państwie prawnym” [Wagłowski]. Przy okazji dziennikarze pytają również, dlaczego strony internetowe mają być uprzywilejowane w stosunku do gazet papierowych i stacji telewizyjnych, które chwilę przed wyborami i w samym dniu wyborów muszą zamilknąć. Z drugiej natomiast strony, chętnie podnoszonym argumentem przeciwko ciszy wyborczej jest odwołanie do politycznych doświadczeń Stanów Zjednoczonych, w których walka wyborcza toczy się do ostatniej chwili, także w czasie głosowania. W tym kontekście pojawiają się oceny, że próby wprowadzenia ciszy wyborczej do amerykańskiego systemu wyborczego doprowadziłyby do zarzutów o ograniczanie wolności słowa i zamach na Pierwszą Poprawkę do Konstytucji USA, która gwarantuje obywatelom pełną wolność wypowiedzi [Zawadzki 2011: 4].

Uporządkować ciszę

Dyskutując nad możliwością wydłużenia okresu, w którym obowiązuje zakaz publikowania wyników sondaży wyborczych, warto zwrócić uwagę na to, jak wpływają one na zachowania wyborcze obywateli. Oczywistym jest bowiem, że badania demoskopijne nie tylko przynoszą informacje na temat tego, jak w danej grupie czy w danym społeczeństwie rozkłada się poparcie dla poszczególnych kandydatów czy ugrupowań. Sondaże jednocześnie mogą kreować rzeczywistość poprzez motywowanie wyborców do określonych działań czy weryfikowanie podjętych wcześniej decyzji. W tym kontekście wskazuje się najczęściej cztery zjawiska. Jednym z nich jest **przenoszenie głosów na sondażowego faworyta** (*bandwagon effect*). W takim przypadku następuje „efekt gromadzenia się wokół zwycięzcy”, któremu podlegają głównie ci wyborcy, których interesuje w pierwszym rządzie nie program, osobowość kandydata czy prezentowana przez niego ideologia, a jego szanse na zwycięstwo. Podobnie rzecz wygląda w przypadku zjawiska ujawniającego wpływ sondaży na zachowania wyborcze, tyle że w odwrotnym kierunku, jeśli chodzi

o przepływy poparcia. Chodzi o **przenoszenie głosów na podmioty przegrujące** w badaniach opinii publicznej (*underdog effect*). Analizy oddziaływania badań demoskopijnych na rynek polityczny doprowadziły również do stwierdzenia, że występuje też tak zwany **efekt rozpędu** (*momentum effect*), który objawia się przerwaniem głosów na ugrupowanie lub kandydata, dla którego poparcie zaczęło szybko rosnąć. Istnieje też wreszcie **głosowanie strategiczne** (*strategic voting*). Polega ono na tym, że wyborca – kierując się wynikami sondaży – w wyborach nie oddaje głosu na partię, którą popiera, ale głosuje tak, by doprowadzić do najbardziej pożądanego przez niego rozkładu głosów. Dzieje się tak wówczas, gdy rywalizują ze sobą więcej niż dwa ugrupowania [Cwalina, Falkowski 2005: 543-548].

Przykład: Pewien wyborca zwykle popiera kandydata partii ‘żółtych’. Jednocześnie bardzo zależy mu na tym, żeby zwycięstwo wyborcze nie przypadło kandydatowi partii ‘niebieskich’. Gdy sondaże wskazują, że ‘żółty’ nie jest w stanie pokonać ‘niebieskiego’, ale może się to z kolei udać kandydatowi ‘pomarańczowych’, wyborca decyduje się na wsparcie tego ostatniego kandydata. Przegrana ‘niebieskich’ jest w tym przypadku tak istotnym priorytetem, że wyborca rezygnuje z głosowania na najbardziej preferowanego przez siebie kandydata. W ten właśnie sposób przebiega głosowanie strategiczne.

Odwołując się do tych zjawisk, przedstawiciele niektórych środowisk politycznych proponują zmianę przepisów, polegającą na wydłużeniu okresu obowiązywania zakazu publikowania wyników badań opinii publicznej ujawniających poparcie dla partii politycznych. Taki postulat zgłosili przedstawiciele Polskiego Stronnictwa Ludowego, proponując by embargo na sondaże obejmowało okres dwóch tygodni przed wyborami – pod rygorem kar finansowych. Powoływali się przy tym na rozwiązania stosowane w innych krajach europejskich, takich jak Włochy (15-dniowa cisza sondażowa przed wyborami) czy Luksemburg (miesiąc zakazu publikowania wyników badań). Przeciwnicy wpisywania tego typu rozwiązania do polskiego porządku prawnego odpowiadali, że na obecnym etapie rozwoju komunikacyjnego należałoby raczej myśleć o znoszeniu obowiązujących ograniczeń niż ich zaostrzaniu [*PSL chce zabronić*].

Przedstawiając swoją propozycję, politycy PSL argumentowali, że stanowi ona ich odpowiedź na wpływ badań demoskopijnych na zachowania wyborcze. Tłumaczyli, że ich ugrupowanie bywa niedoszacowane w sondażach. Gdy notowania ich stronnictwa oscylują wokół progu wyborczego, część wyborców może rezygnować z oddania głosu na PSL, w obawie przed ‘utratą’ głosu. Co ciekawe jednak, wyniki badań demoskopijnych nie wskazują wcale jednoznacznie, że Polskie Stronnictwo Ludowe ma wizerunek ugrupowania, którego poparcie wiąże się ze stygmatyzowaniem w społeczeństwie.

Pokazuje to jeden z raportów CBOS, który odnosi się do zjawiska „ukrywania sympatii politycznych”. Centrum Badania Opinii Społecznej postanowiło sprawdzić przed wyborami parlamentarnymi w 2011 roku, czy i w jakich sytuacjach Polacy mają problem z ujawnianiem swoich preferencji politycznych.

Gdy zapytano respondentów – nie prosząc ich o ujawnianie, kogo są gotowi poprzeć w wyborach – czy byliby skłonni ujawnić, że głosują na poszczególne partie¹⁶, okazało się, że najwięcej osób ujawniłoby chęć głosowania na kandydata PSL. Największą „wstydlivość” przypisywano wówczas głosowaniu na Ruch Palikota. Jeśli jednak problem ten będziemy analizowali w odniesieniu do elektoratów poszczególnych ugrupowań, obraz zjawiska będzie nieco inny. O ile bowiem osoby, które deklarowały, że w nadchodzących wyborach będą popierać PO i PiS, w zdecydowanej większości (po 87%) przyznawały, że powiedziałyby o tym swojej najbliższej rodzinie, o tyle w przypadku zwolenników PSL ten wskaźnik jest zauważalnie niższy. Na ujawnienie w kręgu rodziny barw partyjnych popieranego kandydata zdecydowałoby się siedmiu na dziesięciu pytanym (73%). Oznacza to, że wyborcy ludowców są nieco bardziej „zawstydzeni” swoimi preferencjami politycznymi niż zwolennicy dwóch głównych partii sejmowych [CBOS 2011: 2 i 8].

Sondażowa cisza w badaniach

W ankietach przeprowadzonych na potrzeby niniejszego opracowania, zadano dwa pytania odnoszące się do problematyki badań demoskopijnych w przestrzeni wyborczej. Z jednej strony autorzy badania podjęli próbę sprawdzenia, jaką rolę w podejmowaniu decyzji przez wyborców odgrywają sondaże. Respondenci zostali więc poproszeni o odniesienie się do następującej tezy: *Publikowane w czasie kampanii wyborczych sondaże poparcia kandydatów lub partii politycznych mają istotny wpływ na to, na kogo głosuję w wyborach*. Jednocześnie uczestnicy badania zostali poproszeni o odniesienie się do propozycji zmiany obowiązujących przepisów dotyczących ciszy sondażowej. Stąd poddana ocenie respondentów teza: *Publikowanie sondaży poparcia kandydatów lub partii politycznych powinno być w czasie kampanii wyborczych zakazane dłużej niż tylko w czasie ciszy wyborczej (zakaz mógłby obowiązywać np. przez dwa tygodnie przed wyborami)*.

Gdy odpowiedzi na pierwszą z powyższych tez zestawimy z deklaracjami poparcia dla poszczególnych formacji politycznych, mających swoich reprezentantów w Sejmie, okaże się, że respondenci identyfikujący się z dwoma największymi ugrupowaniami parlamentarnymi najrzadziej stwierdzają,

¹⁶ W pytaniu uwzględniono sześć ugrupowań: Platforma Obywatelska, Polska Jest Najważniejsza, Polskie Stronnictwo Ludowe, Prawo i Sprawiedliwość, Ruch Palikota, Sojusz Lewicy Demokratycznej.

że publikowane w czasie kampanii wyborczych sondaże poparcia kandydatów lub partii politycznych mają istotny wpływ na to, na kogo oni głosują w wyborach. W przypadku sympatyków Prawa i Sprawiedliwości – 20,6%, a w przypadku Platformy Obywatelskiej – 22,7% odpowiedzi („zdecydowanie tak” i „raczej tak”). Na tle pozostałych, wyróżnia się grupa pytanym deklarujących poparcie dla Ruchu Palikota. W tym przypadku niemal jedna trzecia badanych (31,2%) przyznała, że sondaże stanowią dla nich istotne źródło wpływające na podjęcie decyzji wyborczej. Szczegółowy rozkład odpowiedzi pokazuje Tabela 1.

Tabela 1. *Publikowane w czasie kampanii wyborczych sondaże poparcia kandydatów lub partii politycznych mają istotny wpływ na to, na kogo głosuję w wyborach – 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	16	40	39	83	69	247
	procent	6,5	16,2	15,8	33,6	27,9	100,0
Polskie Stronnictwo Ludowe	ilość	3	18	6	26	23	76
	procent	3,9	23,7	7,9	34,2	30,3	100,0
Prawo i Sprawiedliwość	ilość	14	33	38	77	66	228
	procent	6,1	14,5	16,7	33,8	28,9	100,0
Ruch Palikota	ilość	5	15	11	14	19	64
	procent	7,8	23,4	17,2	21,9	29,7	100,0
Sojusz Lewicy Demokratycznej	ilość	7	22	10	42	27	108
	procent	6,5	20,4	9,3	38,9	25,0	100,0
Inne	ilość	6	14	15	34	41	110
	procent	5,5	12,7	13,6	30,9	37,3	100,0
Nie głosował(a) bym	ilość	8	44	48	72	83	255
	procent	3,1	17,3	18,8	28,2	32,5	100,0

Gdy za kryterium analizy przyjmiemy deklarowane poglądy ideologiczne respondentów, najliczniejszą grupę dostrzegającą w swoim działaniu wpływ publikowanych sondaży stanowią sympatycy lewicy. Ponad jedna czwarta z nich (26,5%) dostrzegła istotną zależność pomiędzy badaniami demoskopijnymi a swoimi decyzjami wyborczymi. Z kolei ankietowani określający się jako centrowi i prawicowi stanowią grupy o podobnych skalach odpowiedzi (w jednym i drugim przypadku niemal jedna piąta badanych przyznała, że sondaże wpływają na ich decyzje wyborcze). Szczegółowy rozkład odpowiedzi prezentuje Tabela 2.

Tabela 2. *Publikowane w czasie kampanii wyborczych sondaże poparcia kandydatów lub partii politycznych mają istotny wpływ na to, na kogo głosują w wyborach – 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	18	50	32	81	76	257
	procent	7,0	19,5	12,5	31,5	29,6	100,0
Centrum	ilość	9	29	34	69	65	206
	procent	4,4	14,1	16,5	33,5	31,6	100,0
Prawica	ilość	20	48	50	124	113	355
	procent	5,6	13,5	14,1	34,9	31,8	100,0
Nie wiem/ nie potrafię określić	ilość	12	59	51	74	74	270
	procent	4,4	21,9	18,9	27,4	27,4	100,0

Propozycja wydłużenia ciszy sondażowej wzbudziła najwięcej pozytywnych reakcji wśród osób, które zadeklarowały poparcie dla Polskiego Stronnictwa Ludowego i Ruchu Palikota (około 38% pytanych poparło pomysły, udzielając odpowiedzi "zdecydowanie tak" lub "raczej tak"). Najwięcej negatywnych ocen zaprezentowali sympatycy Platformy Obywatelskiej. W ich przypadku niemal połowa ankietowanych (47,7%) sceptycznie odniosła się do dłuższego zakazu publikowania wyników badań wyborczych. Szczegóły prezentuje Tabela 3.

Tabela 3. *Publikowanie sondaży poparcia kandydatów lub partii politycznych powinno być w czasie kampanii wyborczych zakazane dłużej niż tylko w czasie ciszy wyborczej (zakaz mógłby obowiązywać np. przez dwa tygodnie przed wyborami) – 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	23	40	66	72	46	247
	procent	9,3	16,2	26,7	29,1	18,6	100,0
Polskie Stronnictwo Ludowe	ilość	13	16	26	15	6	76
	procent	17,1	21,1	34,2	19,7	7,9	100,0
Prawo i Sprawiedliwość	ilość	40	40	71	49	28	228
	procent	17,5	17,5	31,1	21,5	12,3	100,0
Ruch Palikota	ilość	11	13	15	11	14	64
	procent	17,2	20,3	23,4	17,2	21,9	100,0

		Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Razem
Sojusz Lewicy Demokratycznej	ilość	11	20	32	34	11	108
	procent	10,2	18,5	29,6	31,5	10,2	100,0
Inne	ilość	16	19	35	26	14	110
	procent	14,5	17,3	31,8	23,6	12,7	100,0
Nie głosował(a) bym	ilość	34	31	112	54	24	255
	procent	13,3	12,2	43,9	21,2	9,4	100,0

Gdy opinie dotyczące ewentualnego wydłużenia okresu obowiązywania ciszy sondażowej zestawiamy z deklarowanymi poglądami respondentów, różnice w odpowiedziach nie są już tak wyraziste, jak w przypadku podziału na wyborców poszczególnych ugrupowań. Niemniej jednak, pewne tendencje daje się zauważyć. Dostrzegamy na przykład, że ankietowani o profilu centrowym są najmniej zainteresowani zmianą przepisów dotyczących zakazu publikowania wyników badań opinii publicznej przed wyborami (26,7% pytanych w tej grupie poparło tę inicjatywę, a 42,2% było jej przeciwnych). Szczegółowy rozkład głosów prezentuje Tabela 4.

Tabela 4. *Publikowanie sondaży poparcia kandydatów lub partii politycznych powinno być w czasie kampanii wyborczych zakazane dłużej niż tylko w czasie ciszy wyborczej (zakaz mógłby obowiązywać np. przez dwa tygodnie przed wyborami) – 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	30	48	76	64	39	257
	procent	11,7	18,7	29,6	24,9	15,2	100,0
Centrum	ilość	17	38	64	56	31	206
	procent	8,3	18,4	31,1	27,2	15,0	100,0
Prawica	ilość	61	44	105	90	55	355
	procent	17,2	12,4	29,6	25,4	15,5	100,0
Nie wiem/ nie potrafię określić	ilość	40	49	112	51	18	270
	procent	14,8	18,1	41,5	18,9	6,7	100,0

Gdy w 2010 roku firma badawcza Millward Brown SMG/KRC badała zwyczaję wyborcze Polaków¹⁷, zapytała między innymi o opinie na temat ciszy wyborczej. Większość ankietowanych stwierdziła wówczas, że wprowadzanie

¹⁷ Badanie zostało przeprowadzone 17 i 18 czerwca 2010 roku na ogólnopolskiej próbie 2004 osób, za pomocą telefonów stacjonarnych i komórkowych.

jej przed wyborami jest zasadne. 59 procent badanych uznało, że cisza wyborcza jest potrzebna, przy czym ponad jedna trzecia respondentów (35%) wskazała, że cisza wyborcza jest „zdecydowanie potrzebna”, a niemal jedna czwarta (24%), że jest „raczej potrzebna”. Co piąty pytany (21%) wyraził pogląd, że cisza wyborcza raczej nie jest potrzebna. Zdecydowany sprzeciw wobec stosowania tego rozwiązania wyraziło 13% uczestników sondażu [*Sondaż: cisza wyborcza*].

Poparcie większości nie musi oznaczać oczywiście, że zmiany w obszarze funkcjonowania ciszy wyborczej nie są konieczne. Niewątpliwie milczenie nad ciszą nie jest w tym przypadku najsensowniejszym rozwiązaniem. Wręcz przeciwnie – wydaje się, że niezbędna jest debata nad przyszłością zakazu agitacji i publikowania wyników sondaży w przeddzień wyborów i w czasie ich trwania. Na tyle, na ile jest to możliwe, powinna to być jednak debata wolna od wyborczych emocji. Nie należy jej więc prowadzić w okresie kolejnej kampanii wyborczej czy też na krótko przed jej rozpoczęciem. Gdyby bowiem tak się miało zdarzyć, inicjatorzy dokonywania korekt obowiązującego systemu mogliby się znaleźć w cieniu podejrzeń o manipulację czy forsowanie rozwiązań korzystnych jedynie z ich punktu widzenia. Tymczasem prawo – a w szczególności prawo wyborcze – powinno być wolne od tego typu zarzutów.

Bibliografia:

- Antoszewski A. (w rozm. z H. Wieczorek), *Prof. Antoszewski: cisza wyborcza nie ma sensu*, <http://www.gazetawroclawska.pl/artukul/334699.prof-antoszewski-cisza-wyborcza-nie-ma-sensu,id,t.html?cookie=1> (23.05.2013).
- CBOS (2011), *O ukrywaniu sympatii politycznych*, BS/123/2011, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2011/K_123_11.PDF (15.05.2013).
- Cwalina W., Falkowski A. (2005), *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Depesza PAP, *Debata ISP: referendum ws. wejścia do UE – na miarę 4 czerwca '89*, 7.06.2013. Dziennik Ustaw. 2011, Nr 21, poz. 112. Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. Kodeks wyborczy.
- Informacja o realizacji przepisów ustawy z dnia 12 kwietnia 2001 r. - Ordynacja wyborcza do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej w wyborach przeprowadzonych w dniu 21 października 2007 r. wraz z propozycjami ich zmian*, 18 lutego 2008 r., ZPOW-500-2/08, <http://pkw.gov.pl/wyjasnienia-i-komunikaty-pkw/informacja-o-realizacji-przepisow-ustawy-z-dnia-12-kwietnia-2001-r-ordynacja-wyborcza-do-sejmu-rzeczypospolitej-polskiej-i-do-senatu-rzeczypospolitej-polskiej-w-wyborach-przeprowadzonych-w-dniu-21-pazdziernika-2007-r-wraz-z-propozycjami-ich-zmian.html> (23.05.2013).
- Jak Internet omijał ciszę wyborczą*, <http://www.rp.pl/artukul/730352.html> (22.05.2013).
- Kolenda-Zaleska K. (2012), *Falszywa cisza wyborcza*, „Gazeta Wyborcza”, 13.11.
- Kowalczyk P., Gmyz C., *Cisza wyborcza psuje demokrację?*, <http://www.rp.pl/artukul/316207.html> (20.05.2013).
- Mazowiecki T. (1995), *Przed decyzją*, „Gazeta Wyborcza”, 17.11.
- Michalak B., Frydrych A. (2012), *O problemie dopuszczalności prowadzenia kampanii*

- profrekwencyjnej w okresie ciszy referendalnej*, „Przegląd Sejmowy”, nr 1.
- O dwóch takich, co złamali ciszę wyborczą* (2005), „Gazeta Wyborcza”, 8.10.
- Prawie zupełnie cicha cisza wyborcza* (2005), „Gazeta Wyborcza”, 23.09.
- PSL chce zabronić publikacji sondaży na finiszu kampanii*, http://wyborcza.pl/1,75478,12227520,PSL_chce_zabronic_publicacji_sondaży_na_finiszu_kampanii.html#ixzz2VcRDvyp6 (3.06.2013).
- Rakowska Anna, *Prawna regulacja kampanii wyborczej w Internecie*, <http://isp.org.pl/uploads/filemanager/PrawneregulacjaIIkor2.pdf> (20.05.2013).
- Sondaż: cisza wyborcza jest potrzebna*, <http://www.wprost.pl/ar/199290,1/Sondaz-cisza-wyborcza-jest-potrzebna/> (27.05.2013).
- Stanowisko Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 6 kwietnia 2010 r. w sprawie „ciszy referendalnej”*, <http://pkw.gov.pl/wyjasnienia-i-komunikaty-pkw/stanowisko-panstwowej-komisji-wyborczej-z-dnia-6-kwietnia-2010-r-w-sprawie-ciszy-referendalnej.html> (29.05.2013).
- Wąglowski P., *Wydaje się, że w „dobie Internetu” cisza przedwyborcza jest fikcją*, <http://prawo.vagla.pl/node/9126> (27.05.2013).
- Wikariat S. (2013), *Podczas wyborów lepiej zamknąć stronę internetową*, „Dziennik. Gazeta Prawna”, 16.05.
- Wiszowaty M.M., (2012), *Instytucja ciszy wyborczej – geneza, regulacja prawna, ratio existendi*, „Studia Wyborcze”, nr 14.
- Wybory bez ciszy wyborczej*, „Gazeta Wyborcza” 13.09.2006.
- Wybory Bułgarii. Tak media omijają ciszę wyborczą*, <http://prawo.money.pl/aktualnosci/wiadomosci/artukul/wybory;bulgarii;tak;media;omijaja;cisze;wyborcza,50,0,1304370.html> (6.06.2013).
- Wyjaśnienia Państwowej Komisji Wyborczej dotyczące organizacji imprez okolicznościowych w okresie od zakończenia kampanii wyborczej aż do zakończenia głosowania w wyborach Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej zarządzonych na dzień 20 czerwca 2010 r., tj. w czasie trwania tzw. „ciszy wyborczej”*, 21 kwietnia 2010 r., ZPOW-603-22/10, <http://www.skierniewice.bip.net.pl/?a=752> (31.05.2013).
- Wyjaśnienia Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 18 czerwca 2010 r. w sprawie tzw. „ciszy wyborczej”*, <http://pkw.gov.pl/wyjasnienia-informacje-i-pisma-okolne-pkw-22827/wyjasnienia-panstwowej-komisji-wyborczej-z-dnia-18-czerwca-2010-r-w-sprawie-tzw-ciszy-wyborczej.html> (31.05.2013).
- Wyjaśnienia, informacje, opinie* (2010), „Przegląd wyborczy – Biuletyn informacyjny”, nr 6-7.
- Wyjaśnienie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 21 października 2005 r. w sprawie terminu obowiązywania „ciszy wyborczej” w przypadku przedłużenia głosowania*, <http://pkw.gov.pl/wyjasnienia-informacje-i-pisma-okolne-pkw-1808/wyjasnienie-panstwowej-komisji-wyborczej-z-dnia-21-pazdziernika-2005-r-w-sprawie-terminu-obowiazywania-ciszy-wyborczej-w-przypadku-przedluzenia-glosowania.html> (21.05.2013).
- Wyjaśnienie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 3 czerwca 2004 r. w sprawie noszenia przez członków komisji wyborczych w czasie wykonywania czynności w dniu głosowania elementów ubioru nawiązujących do symboli organizacyjnych reprezentowanej przez partii*, <http://pkw.gov.pl/wyjasnienia-komunikaty-i-informacje-pkw-1093/wyjasnienie-panstwowej-komisji-wyborczej-z-dnia-3-czerwca-2004-r-w-sprawie-noszenia-przez-czlonkow-komisji-wyborczych-w-czasie-wykonywania-czynnosci-w-dniu-glosowania-elementow-ubioru-nawiazujacych-do-symboli-organizacyjnych-reprezentowanej-przez-par.html> (18.05.2013).
- Zawadzki M. (2011), *W Ameryce o ciszy nie słyszeli*, „Gazeta Wyborcza”, 8.10.
- Zawile zasady ciszy wyborczej*, <http://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/zawile-zasady-ciszy-wyborczej,1,4873539,wiadomosc.html> (20.05.2013).