



Złożenie pracy online:
2015-10-19 14:17:12
Kod pracy:
13529

Paweł Kotas
(nr albumu: 19089*PO/LIC)

Praca licencjacka

**Wybory prezydenckie w Polsce 1989 - 2010 - analiza
procesu wyborczego**

**Presidential elections in Poland 1989 - 2010 - Analysis
of the electoral process**

Wydział: Nauk Społecznych i Informatyki
Kierunek: Politologia
Specjalność: administracja i służby publiczne
Promotor: dr Tadeusz Mędzelowski

Streszczenie

Praca zawiera informację dotyczące frekwencji w wyborach prezydenckich, daje odpowiedź na pytanie czy frekwencja jest aktywnością obywateli biorących w nich udział?, wyjaśnia również dlaczego jest na takim a nie innym poziomie oraz jakie są przyczyny i skutki jej zmiany. Ilustruje sposób prowadzenia kampanii wyborczej (jej mechanizmy) przez partie polityczne po 1989 r. prezentując następnie ich wyniki.. Postaram się rozwinąć definicję marketingu wyborczego i politycznego - na czym polega, i dlaczego się go stosuje. Skupiam się również na kampanii negatywnej gdzie pierwszy raz została wykorzystana jak wygląda w teorii i praktyce, jakie są jej plusy i minusy oraz jak stosuje się w Polsce.

Słowa kluczowe

Słowa Klucze: Frekwencja wyborcza, kampania prezydencka, marketing polityczny, marketing wyborczy, sondaż, koncepcja 4P, marketing relacyjny, program lojalnościowy, rynek wyborczy, Reklama, kampania bezpośrednia, canvassing, PR, telemarketing, poczta bezpośrednia, program wyborczy, komunikowanie polityczne, rzecznik prasowy, public relation, kampania negatywna

Abstract

Work contains information connected with voter turnout in presidential elections, gives an answer for the question if turnout is an activity of citizens taking part in presidential election.

This work also explains the current level of attendance and its causes and consequences, illustrates the way of conducting election campaign (its mechanisms) by political parties after 1989, and presents their results.

I develop a definition of electoral and political marketing - what it is and why it is being used. It will also focus on negative campaigning, where it was first used, what is the theory and practice, what are the positive and negative aspects and how it is applied in Poland.

Keywords

Key words: Voter turnout, presidential campaign, political marketing, marketing electoral survey, the concept 4p, relationship marketing, loyalty program, canvassing, PR, telemarketing, direct mail, manifesto, political communication, a spokesman, public relation, campaign negative

Szczególne podziękowania dla Dr. Tadeusza Mędzelowskiego za dobrą współpracę

Spis treści

Wstęp.....	2
1.Frekwencja wyborcza jako forma aktywności obywatelskiej w wyborach Prezydenta RP po 1989 roku.....	3
1.1.Wskaźnik frekwencji wyborczej w Polsce po 1989 roku.....	3
1.2.Przyczyny i skutki zmian frekwencji wyborczej.....	5
2.Wybory Prezydenckie w Polsce 1989 - 2010.....	19
2.1.Wybory 19 lipca 1989.....	19
2.2.Wybory Wybory 25 listopada / 9 grudnia 1990.....	21
2.3.Wybory 5 listopada/ 19 listopada 1995.....	50
2.4.Wybory prezydenckie 8 październik 2000 roku.....	67
2.5.Przedterminowe wybory prezydenckie 20 czerwca / 4 lipca 2010.....	93
3.Kampanie wyborcze i mechanizmy ich prowadzenia.....	105
3.1.Marketing polityczny i wyborczy.....	105
3.2.Marketing polityczny.....	120
4.Zakończenie.....	133
5.Spis literatury.....	139
5.1.Bibliografia.....	139
5.2.Źródła internetowe.....	145
5.3.Prasa i Telewizja.....	146

Wstęp

Wyrazem postawy obywatelskiej jest aktywne uczestniczenie w życiu politycznym. Wybory służą wyłonieniu przez obywateli swoich przedstawicieli którzy będą stanowić prawo i rządzić. Powinni dążyć do tego by w kraju żyło się dobrze i bezpiecznie. Głosowanie można uznać jako pewnego rodzaju przywilej szczególnie ważny w ustroju demokratycznym. Należy jednak pamiętać, że jest to przede wszystkim obowiązek każdego z nas.

Powoływanie parlamentu w drodze ogólnonarodowych wyborów jest powszechnie przyjęte we współczesnym świecie. Tak jest również w Polsce. Sejm i Senat wybieramy w wyborach powszechnych i bezpośrednich w tajnym głosowaniu. Wybory do Sejmu odbywają się co cztery lata natomiast Prezydenta wybieramy raz na pięć lat.

Inną formą głosowania o charakterze powszechnym, najbliższą ideałowi demokracji bezpośredniej w której udział mogą brać wszyscy obywatele uprawnieni do głosowania czyli mający czynne prawo wyborcze jest referendum. W czasie referendum obywatele całego państwa lub jego części wyrażają swoją opinię w kwestii poddawanej głosowaniu.

W swojej pracy skoncentruję się na aktywności obywatelskiej w wyborach prezydenckich po 1989 roku.

1. Frekwencja wyborcza jako forma aktywności obywatelskiej w wyborach Prezydenta RP po 1989 roku

1.1. Wskaźnik frekwencji wyborczej w Polsce po 1989 roku

W pierwszych wolnych wyborach prezydenckich w Polsce w 1991 roku frekwencja wyniosła w pierwszej turze 60, 62%. W drugiej 53,40%. Powodem zapewne było to, że w drugiej turze znalazł się anonimowy Stan Tymiński. Rywalizował z liderem Solidarności Wałęsą. W kolejnych wyborach z 1995 roku doszło do konfrontacji Lecha Wałęsy którego popularność gasła z liderem odradzającej się wtedy lewicy Aleksandrem Kwaśniewskim. Frekwencja w pierwszej turze 64,70 % oraz 68,23% w drugiej. Wybory z 2005 roku przyniosły niską frekwencję. Do urn poszło jedynie 49,74% i 50,99%. W wyborach doszło do konfrontacji dwóch liderów prawej strony sceny politycznej Lecha Kaczyńskiego i Donalda Tuska. Po tragicznym w skutkach locie do Smoleńska w dniu 10 kwietnia 2010 roku Marszałek Sejmu musiał wyznaczyć termin wyborów w ciągu 14 dni po opróżnieniu urzędu, czyli do 24 kwietnia 2010. Dzień głosowania – zgodnie z art. 128 ust. 2 Konstytucji RP – powinien zostać wyznaczony na dzień wolny od pracy przypadający w ciągu 60 dni od dnia zarządzenia wyborów Ostatnim możliwym terminem w tym przypadku był dzień 20 czerwca 2010. Mówił o tym „kalendarz wyborczy” określony w ustawie z dnia 27 września 1990 o wyborze Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. z 2000 r. Nr 47, poz. 544). Zgodnie z tym kalendarzem termin ten nie może być krótszy niż 55 dni. W takim też terminie odbyły się wybory. Społeczeństwo wybierało pomiędzy ówczesnym marszałkiem Sejmu tymczasowo pełniącym funkcję Prezydenta - kandydatem z ramienia PO i bratem zmarłego Prezydenta Lecha Kaczyńskiego Jarosławem Kaczyńskim. Frekwencja w tych wyborach wyniosła 54,94% w pierwszej turze i 55,31% w drugiej.

Ocena wyborów prezydenckich przez potencjalnych wyborców bywa różna. Można stwierdzić, że nie cieszą się one zbyt dużą popularnością. Kiedy rozpoczyna się kampania wyborcza słychać często głosy zniechęcenia mające różne podłoże.

Zniechęceni wyborcy są najczęściej sposobem prowadzenia kampanii. Uważają, że kandydatom zależy wyłącznie na stanowiskach, a dobro społeczeństwa jest mało istotne. Niechęć skutkująca nie uczestniczeniem w wyborach jest zagrożeniem dla demokracji z

kilku powodów. Jednym z nich jest to, że wyborcy nie idąc do urn sami siebie wykluczają z udziału w życiu politycznym.

Rozliczanie czyli opowiedzenie się za lub przeciw jest częścią demokracji. Frekwencja lub jej brak świadczy o zaangażowaniu w ten proces.

Porównując udział w wyborach w Polsce z innymi krajami postkomunistycznymi w latach 1990-2005 wypadamy nie najlepiej. W Polsce średnia biorąc pod uwagę wybory zarówno parlamentarne jak i prezydenckie nie przekroczyła połowy uprawnionych do głosowania, natomiast w pozostałych krajach oscyluje wokół 70%. Nadzieją dla zwiększenia osób uczestniczących w wyborach są akcje organizowane przez niektóre organizacje pozarządowe. Różne są sposoby zachęcania wyborców do udziału w głosowaniu. W 2006 roku zachęcano sloganem "Masz głos , masz wybór", a także "zmień kraj, idź na wybory".

Ostatnia była to o tyle ważna akcja ponieważ w krótkim czasie udało się połączyć kilka grup pozarządowych które poparły kampanię profrenkwencyjną. Istotne w tym wszystkim było również to że włączyły się w kampanię media. Było to przedsięwzięcie na szeroką skalę. Przesłanie to było szeroko prezentowane przez takie stacje telewizyjne jak TVP, TVN24, POLSAT, TVN, a także stacje radiowe RMF, POLSKIE RADIO, RADIO ZET, TOK FM prasę: FAKT, GAZETA WYBORCZA, PRZEGLĄD SPORTOWY. Zaangażowane były także tygodniki: GALA, NEWSWEEK, ANGORA i prasa lokalna: DZIENNIK WSCHODNI, ECHO DNIA, GAZETA WSPÓŁCZESNA, GAZETA LUBUSKA, GAZETA POMORSKA, GŁOS SZCZECIŃSKI GŁOS KOSZALIŃSKI, KURIER PORANNY, NOWA TRYBUNA OPOLSKA. Hasła popierające znalazły się także w internecie. Uczestniczyły w niej takie portale jak: WP, gazeta.pl, Onet.pl o2.pl, ngo.pl.

W pozyskiwaniu darmowych emisji i publikacji pomogły firmy zrzeszone w PKPP Lewiatan. Wymienić należy domy mediowe – Universal McCann i CR Media, a także członków Związku Pracodawców Prywatnych Mediów. W tworzeniu strategii brały udział firmy DDB, Satchi&Satchi a także MillwardBrown SMG/KRC. Hasła kampanii oraz wszystkie kreacje bezpłatnie zaprojektowała agencja reklamowa PZL. Swoje poparcie na specjalnie stworzonej platformie internetowej zgłosiło wówczas blisko 300 instytucji non profit, media lokalne, a także szkoły oraz inne instytucje i grupy nieformalne. Wspomnianą już stronę internetową która zawierała informacje dotyczącą procedury głosowania odwiedziło 310 tys. internautów. Strona ta umożliwiała stworzenie hasła które by zachęcało ludzi do pójścia do urn

wyborczych. Stworzono 51 tysięcy banerów z hasłami. Strona została przygotowana przez Tribal DDB. W grudniu 2007 roku została ona nagrodzona przez Akademię Internetu Nagrodą Webstar w kategorii strona społeczna. Wydrukowano również duże ilości plakatów i naklejek które zawierały instrukcje jak głosować poza miejscem zamieszkania. Próbowano w ten sposób zredukować różnorakie bariery uniemożliwiające głosowanie. Rozesłano instrukcje do 700 szkół. Ponadto roznosili je uczniowie realizując tym samym swój własny projekt "Młodzi Głosują". W akcji uczestniczyli także reprezentanci organizacji pozarządowych. Materiały dotarły do ponad 900 miejscowości. Ciekawostką w tej akcji było również to że zorganizowano prawyборы studenckie zorganizowane między innymi przez Parlament Studentów Tego typu akcje jednak nie przyniosły oczekiwanych efektów. Próbowano to tłumaczyć w ten sposób, że społeczeństwo czuje niechęć do polityków i polityki kojarzącej się z brudną grą, wzajemnym brakiem szacunku oraz częstym podważaniem autorytetu niektórych zasłużonych dla kraju obywateli..

1.2. Przyczyny i skutki zmian frekwencji wyborczej

Prowadzone badania nad frekwencją wyborczą wyróżniają trzy czynniki które na nią wpływają. Różnicują one aktywnych i biernych wyborców Pierwszym jest posiadane przez jednostkę zasobów. Kolejna to skłonność lub predyspozycja do bycia mobilizowanym przez grupy polityczne. Ostatnią są motywacje instrumentalne, które są związane z wpływem zachowania wyborczego jednostki na wynik głosowania.

Frekwencja nie zależy tylko od charakterystyki osób uprawnionych do wyrażenia swojego poparcia. Dla aktywności lub bierności w demokracji potrzebne są również rozwiązania instytucjonalne przyjęte oraz praktykowane. Na świecie wyróżniono instytucje które wyraźnie sprzyjają właśnie tego rodzajowi aktywności politycznej. Trzeba zaliczyć do nich przede wszystkim przymus głosowania. Tego typu rozwiązanie przyjęto w kilku krajach Europejskich, niektórych krajach latynoamerykańskich oraz Australii i Turcji. Analizy dowodzą że takie rozwiązanie zwiększają frekwencję podczas wyborów bardziej niż w systemach w których stosuje się łagodniejsze przepisy.

Istnieją również inne rozwiązania które mogą pozytywnie wpłynąć na frekwencję podczas wyborów. Należą do nich: głosowanie w dni wolne od pracy, możliwość głosowania

pocztowego, możliwość głosowania przez pełnomocnika, możliwość oddania głosu przed wyborami (advance voting), a także oddawanie głosu przy pomocy Internetu.

Kolejnym ważnym czynnikiem mającym wpływ na aktywność obywatelską społeczeństwa jest cecha systemu wyborczego, przyjętego w danym państwie, a także pewne cechy systemu partyjnego. Mowa tu o systemie proporcjonalnym lub większościowym. Zauważono, że system proporcjonalny przyciąga większą liczbę obywateli do urn wyborczych. Różnice widoczne są także w zależności od tego czy listy są otwarte czy zamknięte. Polaryzacja ideologiczna systemu partyjnego i segmentacja religijna lub etniczna w danym systemie ma również wpływ na udział społeczeństwa w wyborach. Rodzi się pytanie czy wszystkie wyżej wymienione metody gdyby zostały wprowadzone w życie mogłyby wyeliminować wszystkie przyczyny niskich frekwencji. Warto również zauważyć że wiele osób rezygnuje z udziału w wyborach dlatego, że poziom życia politycznego, a także nieetyczne zachowania polityków i liczne afery coraz częściej ujawniane przez media zniechęcają ludzi do udzielania poparcia ludziom sprawującym władzę. Dotyczy to zwłaszcza tych, którzy starają się o powtórne powierzenie im mandatu. Trzeba wziąć pod uwagę również to, że pora roku w której odbywa się głosowanie, a także pogoda panująca podczas wyborów ma wpływ na frekwencję. Istnieje jeszcze kilka innych przeszkód odciągających obywateli od urn.

Widoczny jest problem braku chęci wzięcia odpowiedzialności za wybór konkretnych osób i powierzenia im sprawowania najwyższych w państwie stanowisk. Często dla wyborcy żadna partia nie jest bliska jego poglądom, a osoby znajdujące się na listach nie gwarantują spełnienia oczekiwań. Udział w wyborach osób młodych stanowi kolejny problem. Jak zachęcić młodego wyborcę do udziału w wyborach. Zwłaszcza u młodych wyborców badacze zauważają napięcie emocjonalne. Tłumaczą je rozdźwiękiem pomiędzy chęcią wzięcia udziału w głosowaniu, a wzięciem realnej odpowiedzialności za dokonany wybór. To napięcie między pozytywnymi a negatywnymi emocjami jest kluczowym elementem opisu sytuacji młodych ludzi. Z jednej strony pójście do urny jest własną inicjatywą, wkroczeniem w dorosłość stajemy się także przez to ludźmi dojrzałymi. Przyłączamy się do grupy obywateli w której oprócz ludzi w podobnym wieku są także inni: rodzice, dziadkowie, sąsiedzi, bogaci, biedni. Głosuje mniejszość, która osobom młodym wydaje się dziwna, obca, grupa która jest zwolennikiem którejś z partii politycznych dalekiej od wyobrażeń młodego człowieka. Młodzież niechętnie identyfikuje się z osobami mającymi odmienne poglądy polityczne. Z drugiej strony udanie się do urn oznacza wzięcie odpowiedzialności

za politykę za partie za sferę życia, która wydaje nam się dziwna i obca. To oznacza opowiedzenie się po jednej ze stron konfliktu, którego niezbyt chętnie chcemy być uczestnikami. Osoby młode przeważnie starają się unikać manipulacji, a świat polityki właśnie z tym im się kojarzy.

Wiele razy w przeprowadzanych sondażach wśród potencjalnych wyborców padają stwierdzenia "nie mam na kogo głosować" Co jest powodem takiego stanowiska. To kolejne pytanie zadawane zwłaszcza przed wyborami. Wyborcy stwierdzają, że większość polityków już rządziła i nie jest gwarantem zmian. A skoro "nie mamy na kogo głosować" wybierając jedną z opcji politycznych nie pójdziemy do wyborów. Istnieje jeszcze jedna możliwość, a mianowicie możemy dokonać negatywnego wyboru. Zagłosujemy nie za lecz przeciw. Z takim stanowiskiem spotykamy się podczas wyborów w Polsce coraz częściej. Jest to zjawisko nie prowadzące do pozytywnych zmian.

Są jeszcze i inne argumenty które przemawiają za tym, że społeczeństwo nie bierze udziału w wyborach. Wśród nich dominuje poczucie bezsilności. Przejawia się ono w stwierdzeniu „mój głos i tak niczego nie zmieni”. Powyższe przekonanie skutkuje tym iż młodzi ludzie czują się wykluczeni z debaty politycznej. Większość problemów pojawiających się trakcie kampanii jest im obca. Nie rozumieją na czym polega walka ideologiczna. Dodatkowo pogłębia to fakt gdy na scenie politycznej walczą ze sobą dwie partie wywodzące się z obozu solidarnościowego. Młody wyborca nie może zrozumieć dlaczego dla niektórych polityków tak ważna jest lustracja i rozliczanie przeszłości która nie jest ich własną przeszłością. Równie dziwne wydaje się osobom młodym to że polityków w niewielkim stopniu interesuje ich los na przykład fakt, że nie mogą znaleźć pracy po skończonej szkole czy studiach. Również bulwersuje brak reform w szkolnictwie o którym mówi się w trakcie większości kampanii. Młodzi mają wrażenie że nikt do nich nie mówi, a co najistotniejsze że nikt ich nie słucha. Efektem jest brak udziału w wyborach, a tym samym słabe poparcie dla partii politycznych.

W opinii ekspertów również zachowanie polityków by wymienić chociażby skandale z udziałem członków SLD czy „taśmy prawdy” które ujawniły rozmowy posłów PO w restauracji Sowa i Przyjaciele powodują zniechęcenie do brania udziału w wyborach. W wyniku takich zachowań polityków wiele osób traci zaufanie do ludzi władzy. W mniejszym stopniu dotyczy to wyborów na urząd Prezydenta kraju chociaż wielu

potencjalnych wyborców patrzy na kandydatów do tego urzędu przez pryzmat frakcji politycznej z jakiej się wywodzi. Dowodem były wybory na urząd Prezydenta w 2015 roku.

Wątpliwości budzą też procedury głosowania i sposób liczenia głosów. Z różnych kręgów zwłaszcza prawicowych słychać głosy o fałszowaniu wyborów. Powoduje to brak zaufania do organów państwa. W takim przypadku pojawiają się opinie „po co głosować skoro nasz głos może zostać sfałszowany”. Gdy nadchodzi czas głosowania daje o sobie dać również mentalność Polaków którzy chcą "żyć na własną rękę" i "omijać politykę" nie angażując się w sprawy państwa.

W polityce od wielu lat pojawiają się te same twarze. Przedstawiały one na przestrzeni tych lat różne obietnice, których nigdy nie spełniły. Wyborca jest im potrzebny tylko podczas głosowania. Obserwując oceny wiarygodności ludzi ze świata polityki, okazuje się, że zajmują na nich odległe miejsca. W związku z tym trudno się dziwić, że wyborcy pozostają w domu. Nie do końca rozwiązane są też problemy nazwane "technicznymi" związane z głosowaniem. Brak możliwości głosowania korespondencyjnego czy głosowania przez Internet powoduje niższy udział w wyborach zwłaszcza ludzi młodych. Jednodniowy tryb oddawania głosów zaniża liczbę osób biorących udział w głosowaniu. Warto by pomyśleć czy nie lepiej byłoby wydłużyć czas głosowania. Spore trudności podczas wyborów mają też osoby niepełnosprawne. Do niedawna istniał problem z trudnością dotarcia do lokalu wyborczego gdyż lokale mieściły się w niedostosowanych do ich potrzeb budynku. Tego typu nieobecność związaną z brakiem możliwości wejścia do lokalu wyborczego znawcy tematu nazwali również "przymusową" gdyż mimo chęci wzięcia udziału z przyczyn od nas niezależnych nie możemy oddać głosu. Wymienione w pracy przyczyny które powodują świadomą rezygnację z udziału w wyborach określa się jako absencję "zawinioną".

Można by zadać pytanie po co wolne wybory skoro nie cieszą się one dużym poparciem? Odpowiedzi udzielili obywatele w 1995 roku podczas przeprowadzonej ankiety. 85% respondentów uznało że wolne wybory legitymizują demokrację. Wyciągając z tej liczby wnioski można powiedzieć że wymagania są obustronne. Obywatele oczekują wolnych wyborów, natomiast demokracja potrzebuje uczestnictwa obywateli w wyborach. Również w 2010 roku poddano analizie 23 najważniejsze składniki demokracji i również tutaj 60% obywateli twierdziło, że ważny jest udział obywateli w życiu publicznym i uznało ten udział za jedną z najistotniejszych podstaw demokracji.

Giovanni Sartori uważa, że "uczestnictwo właściwie i sensownie rozumiane, polega na osobistym udziale aktywnym i chętnym włączaniu się. Uczestnictwo nie jest więc prozaicznym byciem częścią czegoś (zwykle bycie wplątany w jakieś zdarzenia), a tym bardziej niechcianym przymusowym włączeniem się do czegoś. Uczestnictwo to ruch samoistny, dokładne przeciwieństwo bycia włączonym w ruch (z cudzej woli) czyli przeciwieństwo zmobilizowania"¹.

Reprezentując stanowisko partypacjonistów Joseph Schumpeter twierdził, że warunkiem ładu demokratycznego jest prawdziwe uczestnictwo w systemie. Nie chodziło mu o ważne jest uczestniczenie w wyborach ale uczestniczenie w wielu rodzajach aktywności politycznej. Słowo "prawdziwy" w rozumieniu Schumpetera ma podkreślać sens każdego rodzaju uczestniczenia stając się jego częścią. Natomiast według proceduralnej teorii demokracji Schumpetera różnicą w tym iż działają elity które rywalizują o głosy wyborców, a rolą tych drugich jest jedynie poparcie którejś opcji politycznej. Inne formy działania obywateli na scenie politycznej zostały pominięte. Celem zaś całego systemu demokratycznego jest tylko podejmowanie decyzji przez wyborców.²

Niezależnie jednak od powyższych opinii istotną funkcją uczestnictwa w wyborach jest przede wszystkim legitymizacja władzy. Jest to istotna część demokracji dlatego zagrożeniem jest wciąż zniżająca frekwencja wyborcza (również jeżeli chodzi o wybory Prezydenta). Podważa to bowiem pogląd według którego wybrani są przedstawicielami większości.

W przypadku niskiej frekwencji wyborczej władza jest „słabsza” i jest bardziej narażona na ataki którejs z grup społecznych. Nie jest to zjawisko dobre dla demokracji i uniemożliwia jej prawidłowe funkcjonowanie. Stu procentowa frekwencja też jest niebezpieczna aczkolwiek w naszym kraju brak aktywności skutkuje brakiem partycypacji władzy i reprezentacji większości społeczeństwa. Przy niskiej frekwencji pojawia się również problem delegitymizacji władzy.³ David Betham uważał, że legitymizacja ma charakter wielowymiarowy. Jako dowód przytaczał jej trzy poziomy czyli: reguły, przekonania i zachowania. Ostatni zakłada czynne i dobrowolne pozwolenie osoby podporządkowującej

1 G. Sartori, *Teoria demokracji*, Warszawa 1998, s. 148.

2 J. Schumpeter, *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, Warszawa 1995, za: M. Cześniak, *Partycypacja...*, op. cit., s. 16.

3 S. Lipset, *Homo politicus. Społeczne podstawy polityki*, Warszawa 1998, s. 231.

się na bycie zależnym od władzy przejawia się to między innymi braniem udziału w wyborach (tak zwany mobilizacyjny tryb poparcia). Istnieje również teza podważająca powyższą opinię. David Reisman uważa, że „niska frekwencja nie do końca musi świadczyć o delegitymizacji władzy. Bierność może świadczyć o tym, że ludzie mają bardziej interesujące zajęcia niż zajmowanie się polityką, a ciała rządowe i rozbudowane organizacje funkcjonują dobrze mimo takiej apatii”⁴.

Ludzie rezygnują z uczestnictwa w wyborach z różnych powodów. Jedni są zadowoleni z rządu więc uznają, że nie potrzeba nic zmieniać, inni świadomie rezygnują z uczestnictwa.

D Reisman uwzględnił tak zwaną legitymizację "bierną". Świadome zrezygnowanie z udziału w wyborach stwarza sytuację, że podporządkowani wyborcy pozwalają sobie rządzić bez swojego głosu, a z tego wynika akceptacja dla całego systemu. Idąc dalej tym tokiem myślenia warto przytoczyć myśl Francisca Wilsona. Uważa on, że „w społeczeństwie w którym jedynie 50% procent elektoratu bierze udział w wyborach, oczywiste jest, że polityka w jakiś sposób zadowala jednostki en masse w państwie. W miarę wzrostu odsetka głosujących powiedzmy, 90%, staje się widoczne, że napięcia walki politycznej rozciągają do granic wytrzymałości wole utrzymania rządów konstytucyjnych”.⁵

Kazimierz Kik uważa, że jednym z wyznaczników życia politycznego w Polsce w latach 1990-2005 było zjawisko stopniowo narastającej absencji wyborczej. W przypadku wyborów prezydenckich taka sytuacja rzeczywiście miała miejsce.⁶

Porównanie wyników wyborów (w tym prezydenckich) na potrzebę oceny frekwencji wyborczej w Polsce pozwala na wyciągnięcie kilku wniosków:

Pierwszy jest taki, iż największe frekwencje można było zaobserwować podczas wyborów prezydenckich. Tylko w wyborach w 2005 roku udział w nich wzięło mniej niż 50% (49,74%). W pozostałych latach frekwencja wyniosła ponad 60% i niespełna 55% w 2010 roku.

4 H. Finer, G. Hicks, D. Riesman, *Political Apathy in America*, „The University of Chicago Round Table”, nr 657, 29 października 1950, za: S. Lipset, *Homo...*, op. cit., s. 232.

5 F. G. Wilson, *The Inactive Electorate and Social Revolution*, „Southwestern Social Science Quarterly nr 16, 1936, za: S. Lipset, *Homo...*, op. cit., s. 232. Potwierdzeniem tez F. Wilsona było podsumowanie badań statystyk wyborczych na całym świecie, dokonane przez Herberta Tingstena, z którego wynikało, że Niemcy i Austria zanotowały wysoką frekwencję w czasie rozpadu demokracji, co było objawem spadku konsensusu. Zob. H. Tingsten, *Political Behavior*, za: S. Lipset, *Homo...*, op. cit., s. 232,

6 K. Kik, *Absencja wyborcza w III RP – główne uwarunkowania*, [w:] *Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego po 1989. Próba oglądu i analiza zjawiska*, red. A. Kasińska-Metryka, Kielce 2006, s. 25.

Drugi wniosek jest taki, że w wyborach parlamentarnych mówimy o względnej frekwencji od 42,27% w 1990 roku do 47,32% w 2010 roku przy czym najniższa frekwencja została zanotowana w 1994 roku. Wyniosła ona wtedy 33,78%. Charakterystyczne jest również to, że w Polsce występuje mniejsze zainteresowanie wyborami samorządowymi niż prezydenckimi i parlamentarnymi. W wyborach tych udział obywateli nigdy nie był wyższy niż 50%. Najwyższą liczbę odnotowano w 1998 roku, gdy do urn poszło 48% osób. Jest to o tyle dziwne ponieważ uczestnictwo w tych wyborach (lokalnych) leży w interesie ekonomicznym poszczególnych grup społecznych. Lokalne wybory są również ważne ze względu bliskości przestrzennej i społecznej spraw i ludzi których dotyczą.⁷ Co więcej skutki podejmowanych wyborów zarówno ilościowych jak i jakościowych są ważne przede wszystkim ze względu właśnie na tę bliskość. Stąd można wyciągnąć wniosek, że osobom biorącym udział w wyborach powinno bardziej zależeć na wysokiej frekwencji w tego typu wyborach. Zadania wykonywane na poziomie lokalnym porównywanie z zadaniami wykonywanymi na szczeblu centralnym są konkretniejsze i bardziej szczegółowe. Również problemy są bardziej bliskie wyborcom i inaczej niż ogólnokrajowe interesują i dotyczą bezpośrednio mieszkańców. Mogą być również bardziej kontrolowane przez wyborców.⁸

Natomiast decyzje jakościowe, to konkretny wybór, rozumiany w sposób aksjologiczny: dobry albo zły. Każda z tych decyzji w sytuacji społeczności lokalnej jest bardziej odczuwalna, aniżeli w przypadku wyborów ogólnokrajowych choćby z racji wspomnianych bliskości przestrzennych oraz osobowych.

Osoby które świadomie rezygnują z pójścia do urn pozbawiają się także kontroli władzy czyli rozliczenia z obietnic złożonych podczas kampanii. Ten problem istnieje zarówno w wyborach samorządowych jak i parlamentarnych. Co ciekawe ludzie bardziej interesują się wyborami parlamentarnymi i prezydenckimi niż lokalnymi chociaż to te ostatnie najbardziej wpływają na losy lokalnej społeczności.⁹ Problem tkwi w świadomości człowieka, a także w tym, że większą reklamę w mediach mają wybory parlamentarne i prezydencie / Reklamy zamieszczane w mediach ogólnokrajowych/. Zamieszanie w mediach przewinienia kandydatów wyciąganie popełnionych błędów, przewinień, a niekiedy nawet i przestępstw przyciąga uwagę spychając na dalszy plan wybory samorządowe. Dzięki częstemu

7 A. Janus, *Polityczna partycypacja lokalna wyborcza i referendalna*, [w:] *Samorząd lokalny w Polsce*, red. S. Michałowski, A. Pawłowska, Lublin 2004, s. 176.

8 Przez decyzje ilościowe należy rozumieć liczbę osób podejmujących decyzję o głosowaniu.

9 Więcej o specyfice samorządu terytorialnego zob.: P. Sarnecki, *Ordynacja wyborcza w wyborach samorządowych*, [w:] *Wybory samorządowe w kontekście mediów i polityki*, red. M. Magoska, Kraków 2008, s. 12.

pojawianiu się w telewizji poszczególnych partii i ich członków ludzie mogą bardziej poznać sylwetki kandydujących, a także ich programy wyborcze. Gorzej wygląda to na szczeblu samorządowym gdzie osoby chcące głosować muszą same zdobywać takie informacje które ułatwią im podjęcie decyzji, na co zazwyczaj nie znajdują czasu. Okazuje się, że wyborcy należy podawać gotową informację.¹⁰

Z badań przeprowadzonych przez CBOS wynika iż 66% wyborców nie miało pojęcia kto będzie kandydował na stanowisko wójta, burmistrza czy prezydenta miasta.

Znamienne jest również to, że wartości jakie przypisane są wyborom lokalnym nie odzwierciedla frekwencja wyborcza.¹¹

CBOS przeprowadził również ankietę przed wyborami samorządowymi w 2010 roku. Wynika z niej, że elekcje samorządowe są postrzegane jako najbardziej znaczące spośród czterech typów głosowań (7,09/10). Mniejszą popularnością cieszyły się wybory prezydenckie (6,95/10) jak również parlamentarne (6,62/10) a najniżej uplasowały się wybory do Parlamentu Europejskiego (5,60/10).¹²

Niska frekwencja podczas wybierania przedstawicieli do Parlamentu Europejskiego może wynikać z niewiedzy Polaków. Społeczeństwo w znacznej mierze nie wie czym jest Unia Europejska jakie ma zadania i jakie korzyści mogą płynąć dla poszczególnych państw.¹³

Dane przedstawione powyżej zaprzeczają więc twierdzeniu że wyborcy są nieświadomi ważności wyborów samorządowych. Ta więc warto zastanowić się czy prawidłowe jest twierdzenie że niska frekwencja jest skutkiem niewiedzy obywateli a także niskiej dojrzałości politycznej i obywatelskiej Polaków Spoglądając na wyniki badań można wysnuć wniosek że świadomość obywateli nieznacznie wpływa na determinację decyzyjną wyborców. Tak więc jest to czyn, który nie wystarcza. Zastanawiając się więc nad niską frekwencją trzeba spoglądać szerzej na ten problem i przeanalizować inne przyczyny niż tylko niska

10 Z. Krasnodębski twierdzi np., że dużą rolę odgrywają media. „W przypadku wyborów parlamentarnych i prezydenckich mamy do czynienia z większym stężeniem emocji rozbudzanych przez media, więcej się o nich mówi w telewizji. Natomiast w wyborach samorządowych ludzie muszą bardziej samodzielnie i świadomie podejść do sprawy, sami się zorientować w sytuacji i podjąć decyzję, a to wymaga dojrzałości obywatelskiej”. Zob. P. Jarońska, *Podziały schodzą na poziom lokalny*, „Nasz Dziennik” <http://www.naszdziennik.pl/index.php?dat=20101123&typ=po&id=po13.txt>, 22.06.2011 r

11 „Jak się okazuje, na ponad dwa miesiące przed głosowaniem wiedza Polaków o kandydatach na najwyższe urzędy w ich miejscowościach była niewielka. Tylko co trzeci badany (34%) przyznał, że słyszał o przynajmniej jednym kandydacie, w tym niespełna co piąty (19%) – o kilku osobach zamierzających ubiegać się o urząd wójta, burmistrza lub prezydenta miasta. Zob. R. Boguszewski, *Wybory samorządowe – znaczenie, zainteresowanie oraz deklaracje udziału w głosowaniu*. Komunikat z badań, CBOS, Warszawa 2010 http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_132_10.PDF, 22.06.2011 r.

12 Oznacza to, że w wyborach do PE wziął udział co piąty Polak. Dane za: <http://www.pe2004.pkw.gov.pl/>, 03.07.2011r.

13 R. Boguszewski, *Wybory samorządowe – znaczenie, zainteresowanie oraz deklaracje udziału w głosowaniu*. Komunikat z badań, CBOS, Warszawa 2010, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_132_10.PDF, 22.06.2011 r.

świadomość polityczna.

Warto więc trzeba zastanowić się dlaczego mamy takie zobojętnienie wyborców w Polsce?

Nie jest prawdą że w naszym kraju mamy kiepską świadomość polityczną, jeśli by tak było to szli byśmy do urn tylko z obowiązku¹⁴ Tak jednak do końca nie jest. O tym czy obywatel weźmie udział w głosowaniu decyduje świadomie na podstawie stosunku jaki ma do polityki, doświadczeń jak również wiedza. Niektórzy obywatele rezygnują z pójścia do urn ponieważ nie mają zaufania do polityków tym samym uważają wybory za bezsensowne. Inni natomiast nie znajdują odpowiedniego kandydata czy partii politycznej. Czasem wyborcy wolą zostać w domu ponieważ nie wierzą politykom wcale a scena polityczna to dla nich miejsce nieistniejących szans. W ostateczności ludzie decydują się wybrać "mniejsze zło" i głosują przeciw jakiejś opcji.¹⁵ Dlatego argument o niskiej świadomości obywateli odwraca uwagę od ważniejszego problemu jaki pojawił się na Polskiej scenie politycznej czyli wspomniany już wcześniej brak alternatywy czy zachowanie się polityków co zmniejsza zaufanie do nich jak i do całej polityki.¹⁶ Problemem jest także kultura polityczna naszych polityków która nie jest na najwyższym poziomie, szczególnie ujawnia się to podczas debaty publicznej. Również język dyskursu w którym przejawiają się wzajemne oskarżenia, inwektywy i insynuacje. Dotyczy to przede wszystkim w największym stopniu stosunków między PiS a PO. Konflikty pomiędzy politykami obu tych frakcji silnie wpływają (najmocniej widać to od 2007 r.) na wyborców, którzy albo opowiadają się za którąś ze stron sporu lub też całkowicie rezygnują z pójścia do urn nie znajdując alternatywy dla siebie albo po prostu odczuwają rozczarowanie ostatnio dokonany wyborem.¹⁷

Poziom zaufania jaki obywatele mają do polityków zaważa na ich decyzji o wzięciu udziału w wyborach. Dodatkowo wpływ mają także inne czynniki które można nazwać wzmocnieniami z racji funkcji jakie pełnią. Wzmocnienia te funkcjonują dwustronnie czyli albo zachęcają albo zniechęcają do udziału w wyborach więc są pasywne lub aktywne. Te

14 Na pozytywny aspekt bierności politycznej zwraca uwagę S. M. Lipset: „dla dobrego funkcjonowania demokracji wskazany jest dość wysoki poziom wyborczej bierności obywatelskiej. Dzieje się tak dlatego, że brak zainteresowania polityką wiąże się na ogół ze słabą znajomością reguł i argumentów politycznych, brakiem rozeznania w stanowiskach partii i ich głównych aktorach oraz ze słabym różnicowaniem rozmaitych stanowisk politycznych. Im więcej osób „niedoinformowanych” bierze udział w wyborach, tym bardziej <<amatorskie>> kryteria demokracji”. Zatem, aby system był w miarę stabilny, powinna istnieć względna absencja wyborcza. Myśl S. M. Lipseta jest o tyle słuszna, że zwraca uwagę na istnienie osób niedoinformowanych, których udział w wyborach mógłby doprowadzić do rozregulowania systemu. Por.: K. Skarżyńska, *Człowiek a polityka. Zarys psychologii politycznej*, Warszawa 2005, s. 152.

15 Urszula Panicz *Uniwersytet im. Adama Mickiewicza. Frekwencja wyborcza a stan Polskiej demokracji str.10*

16 B. Badora, *Czy trzeba chodzić na wybory? Przyczyny absencji wyborczej. Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 2011

17 Por. U. Panicz, *Kreowanie dyskursu publicznego w Polsce – rola mediów krytycznych wobec Prawa i Sprawiedliwości*, „Refleksje” 2011, nr 3, s. 141-156. „Refleksje” 2011, nr 3, s. 141-156

które mają charakter pasywny są odpowiedzialne są za bierność wyborczą..Są to wszystkie przeszkody jakie napotykamy i które uniemożliwiają nam wzięcie udziału w wyborach, działają demobilizująco na obywatela czyli przede wszystkim koszty jakie on musi ponieść a można do nich zaliczyć: obowiązek rejestracji¹⁸, znalezienie lokalu wyborczego, a to w połączeniu z czasem i wysiłkiem w dotarciu do niego. w dniu wyborów¹⁹. Do tego jeszcze można dołączyć informacje jakie powinniśmy zdobyć na temat kandydatów ich partii oraz programów wyborczych jakie proponują. Z tym też jest problem ponieważ „nie każdy jest w stanie dowiedzieć się o nich choćby tyle, żeby ich odróżnić. Niektórzy ludzie mogą uważać bilans tych kosztów za nazbyt pokaźny, żeby się nim obciążać”²⁰. Do czynników które utrudniają udział w wyborach stan pogody a także psychiczny i fizyczny samego wyborcy. Np kiedy pada deszcz lub jest za ciepło ludzie niechętnie udają się do urn.²¹ Także kiedy mamy niedobre samopoczucie może to nie sprzyjać aktywności wyborców.

Jeżeli mówimy o wzmocnieniach o skutku pasywnym możemy jeszcze włączyć w to korzyści. a chodzi o to by wyborca miał jakąś realną korzyść z głosowania. Jednak jak się okazuje korzyść ta przeważnie jest niewielka ponieważ nie wielkie jest prawdopodobieństwo że jeden głos wpłynie na ostateczny wynik. Tym samym wartość jaka jest oczekiwana nigdy nie jest rzeczywista. Można powiedzieć że ogólny bilans kosztów i korzyści można nazwać "paradoksem demokracji" ponieważ "koszty nie redukują się do zera a za to korzyści mogą być zerowe". Takie wzmocnienie skutkuje pasywnością gdyż często wyborca nie angażuje się w wybory do których mówi "dopłacać".²² Koszty które ponoszone są przez osoby biorące udział w wyborach mogą zostać zrównoważone przez wzmocnienie o skutku aktywnym. Celem Ich jest wzrost aktywności poprzez zminimalizowanie kosztów oraz zredukowanie obciążeń a także danie do zrozumienia jakie są korzyści z pójścia do urn. Mogą to być np

18 Słyszę desperackie konkluzje: „Nie ma w czym wybierać”, a brzydko mówiąc, że to wybór „między dżumą a cholera.”. Ktoś inny, sprzed czterech lat wyborca Platformy Obywatelskiej, jest rozgoryczony na nią, podobno nie pójdzie głosować. Ten i ów kręci głową, jęczy i wzdycha, nadymając banię przygnębienia. Takie opinie przekazuje się paru milionom widzów...”. Zob. S. Bratkowski, *Wybór cywilizacji*, „Studio opinii”, <http://studioopinii.pl/arttykul/1329-stefan-bratkowski-wybor-cywilizacji>, 14.11.2011 r.

19 W Polsce system rejestracji wyborcy jest automatyczny, więc nie wymaga jakiejkolwiek własnej inicjatywy wyborców. Z tego względu jest to czynnik o charakterze aktywnym, ułatwia uczestnictwo wyborcze. W tym miejscu należy rozróżnić konieczność rejestracji od charakteru rejestracji, która jest pojęciem ogólnym. Dopiero uszczegółowienie daje podstawy do tego, by czynnik sklasyfikować jako wzmocnienie o skutku pasywnym, bądź wzmocnienie o skutku aktywnym.

20 Zob. więcej: Ruy A. Teixeira, *Znikający wyborca w Ameryce*, [w:] red. J. Szczupaczyński, *Władza i społeczeństwo. Antologia tekstów z zakresu socjologii polityki*, t. 2, Warszawa 1998, s. 277-283.

21 José Saramago w swej powieści *Miasto białych kart* pośrednio zwrócił uwagę na pogodę jako czynnik wpływający na frekwencję wyborczą. W opisywanym dniu wyborów przez połowę dnia padał deszcz. W ciągu tego czasu, do urn udało się niewiele osób. Dopiero kilka godzin po poprawie pogody, do urn pofatygowało się nieco więcej wyborców. „Zła pogoda na wybory, poskarżył się przewodniczący komisji wyborczej numer czternaście, energicznie złożywszy parasol i ściągnąwszy płaszcz, który na niewiele mu się zdał (...).” Zob.: J. Saramago, *Miasto białych kart*, Poznań 2009, s. 9-26.

22 R. A. Teixeira, *Znikający...*, op. cit., s. 277.

ułatwienia w dotarciu do lokali a także. Gminy które decydują się na takie ułatwienie często organizują autobusy które mają zapewnić łatwy dojazd do miejsca w którym znajduje się lokal wyborczy.²³ Korzystnym rozwiązaniem jest również zorganizowanie wyborów w dniu wolnym od pracy. Istotne jest również to by nie przypadły na okres wakacji lub dłuższych weekendów, kiedy ludzie przeważnie wyjeżdżają gdzieś odpocząć. Sprawę korzyści z brania udziału w wyborach o których już wspomniałem można rozwiązać poprzez danie do zrozumienia wyborcy że niewielkie lub instrumentalne korzyści, które wynikają z tego aktu są odpowiedniej wielkości by zadość uczynić za poniesione koszty²⁴.

Oba rodzaje wzmocnień (zarówno o charakterze aktywnym jak i pasywnym) działają różnie w zależności od warunków. Na przykład władze gminy organizują dojazd do lokalu. Bardziej to mobilizuje ludzi w mniejszych miejscowościach tam gdzie ludzie mają większą kontrolę niż w miastach większych gdzie ta kontrola jest mniejsza. Może to skutkować tym że frekwencja w mniejszych miejscowościach powinna być większa na co wskazuje się w modelu słabnięcia społeczności. Zakłada się że w mniejszych miejscowościach ludzi żyje mniej ale można za to nimi lepiej zarządzać niż w liczniejszych społecznościach. Na dodatek „obywatele dobrze wiedzą, z kim mają się kontaktować, aby dowiedzieć się istotnych dla nich rzeczy o polityce i politykach, mają więcej niż mieszkańcy wielkich miast nieformalnych kontaktów i spotkań, na których rozmawiają między innymi o polityce²⁵

Wyciągając wnioski z powyższych informacji wzmocnienia o skutku pasywnym czyli trudności w znalezieniu informacji o kandydatach nie istnieją. Jest to jednak dosyć kontrowersyjne stwierdzenie dlatego że model słabnącej społeczności tworzy pewien ideał jakim jest istnienie społeczeństwa świadomego politycznie społeczeństwa które dyskutuje o sprawach politycznych.²⁶

Podając dlaczego społeczeństwo Polskie jest obojętne, obok powyżej przytoczonych warto zainteresować się stosunkiem Polaków do samej demokracji. Warto zbadać wskaźnik który

23 Przykładem takiego postępowania jest cykliczna akcja organizowana m.in. przez Gminę Rymań w województwie zachodniopomorskim.

24 Symboliczne korzyści, to głównie sam fakt manifestacji swego zaangażowania na rzecz określonej partii, grupy odniesienia, sprawy ogólnej, który możliwy jest poprzez udział w głosowaniu. Korzyści instrumentalne dotyczą głosowania jako aktu, mającego wpływ na politykę rządu, czy jego skład personalny. Wyborca podejmuje decyzje o zagłosowaniu, dlatego że interesują go jedynie same wybory. Zob. R. A. Teixeira, *Znikający...*, op. cit.

25 K. Skarżyńska, *Człowiek...*, op. cit., s. 206.

26 Takiemu modelowi przeciwstawia się tryb mobilizacyjny, w którym zwraca się uwagę na to, że wyższa frekwencja wyborcza występuje w większych miastach ze względu na łatwiejszy dostęp do informacji, częstsze kontaktowanie się z ludźmi dobrze poinformowanymi lub aktywnymi politycznie. Taka właściwość wynika z bardziej centralnych pozycji, zajmowanych w środowisku społeczno-politycznym. K. Skarżyńska, *Człowiek...*, op. cit., s. 206.

wyjaśni co Polacy sądzą o tego typu ustroju politycznym. Otóż wynik wskazuje na to iż Polacy mają negatywne zdanie o Demokracji w Polsce. Większości osób nie podoba się jak ona u nas funkcjonuje. Jedynie w 2007 roku liczba osób zadowolonych przewyższyła niezadowolonych. Zmiana ta jednak nie trwała zbyt długo co potwierdziły kolejne badania. Ostatni pomiar jaki znalazł się w zdobytej przeze mnie tabeli (2010 r.) wskazywał przewagę niezadowolonych a była ich równa połowa (50%) natomiast osoby zadowolone były tradycyjnie w mniejszości (43%).²⁷ Tendencja która trwa od 2008 r. świadczy o stałych przekonaniach Polaków. Choć różnica między tymi dwoma grupami malała aczkolwiek przy zwiększającej frekwencji może to być zaskoczeniem jednak z drugiej strony obrazuje to mobilizację osób niezadowolonych.²⁸

To jaki obywatele mają stosunek do tego jak wygląda demokracja w Polsce jest wartością bardzo dynamiczną. Ocena funkcjonowania obecnego systemu związana była z ważnymi wydarzeniami politycznymi i społecznymi w naszym kraju. Tak więc w największe niezadowolenie było w lipcu 2003 i wyniósł aż 71% co zapewne związane było z aferą Rywina która wybuchła we wrześniu 2002 roku. Dość wysoki poziom utrzymywał się także w 2004 r zarówno w maju (68%) i we wrześniu (63%) ten negatywny trend również przypisano wyżej wymienionemu skandalowi. Najniższy poziom dezaprobaty wobec demokracji czyli 42% zdarzył się w listopadzie 2007 roku ten wynik przypisuje się wyborom do Parlamentu i spektakularnemu zwycięstwu w nich Platformy Obywatelskiej.²⁹ Tak duże niezadowolenie z demokracji przed 2007 rokiem może być wynikiem nie wyłonienia rządu większościowego po październikowych wyborach w 2005 roku. Wtedy to stworzono kontrowersyjną koalicję czyli Pis, LPR, Samoobrona i dziwna obsada ministerialna.³⁰

Wszystkie te zdarzenia miały wielki wpływ na życie społeczno - polityczne Polaków co odzwierciedla stosunek do demokracji "Wymienione czynniki, czyli wzmocnienia o

27 Stefan Nowak niejako potwierdził tezę, wedle której chociażby model słabnięcia społeczności zakłada pewien ideał. Według niego w Polsce istnieją jedynie dwa wymiary organizujące życie społeczne: poziom abstrakcyjnej wspólnoty narodowej oraz sfera prywatności zogniskowana wokół rodziny. Pomiędzy tymi biegunami jest pustka – socjologiczna próżnia. Oznacza to, że nie ma nic – ani spontanicznych zachowań społecznych, ani inicjatyw obywatelskich, ani licznych stowarzyszeń, ani silnych ruchów społecznych. Skoro nie dochodzi do takich zachowań, wówczas mówienie o wyższej frekwencji wyborczej w przypadku małych zbiorowości – przestrzeni pomiędzy wspólnotą narodową a sferą prywatną, jest bezzasadne. Co więcej, powodem próżni jest wyalienowanie, które zasada się na przekonaniu, że nie ma się dostatecznego wpływu na sprawy. Obywatele ograniczają się do sfery prywatnej, przyjmując postawy obojętności wobec tego, co publiczne. Por. S. Nowak, *System wartości społeczeństwa polskiego*, „Studia Socjologiczne” 1979, nr 4.

28 M. Feliksiak, *Postawy wobec demokracji, jej rozumienie i oceny*. Komunikat z badań, CBOS, Warszawa 2010, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_060_10.PDF, 22.06.2011 r

29 O uczestnictwie wyborczym decyduje także chęć zmiany sytuacji, co tłumaczy występowanie jednocześnie: wysokiej frekwencji oraz wysokiego poziomu niezadowolenia z funkcjonowania demokracji.

30 Zob. więcej: <http://portalwiedzy.onet.pl/10072,...polska.haslo.html#424>, 14.11.2011 r.

charakterze pasywnym i aktywnym oraz stosunek do demokracji, zaufanie do polityków to tylko niektóre z czynników wpływających znacząco na poziom frekwencji w Polsce".³¹

Na dodatek można je podzielić na trzy grupy czyli tradycje kulturowe, historyczne i społeczne a także cechy sytuacji wyborczej oraz jeszcze cechy jednostek : demograficzno-społeczne i psychologiczne.³²

Tak więc w ramach podsumowania powyższych przykładów można stwierdzić iż wybory są proceduralnym warunkiem demokracji ponieważ pozwala legitymizować władzę także pozwala zobrazować stosunek obywateli do polityki i polityków i ich partii czy wreszcie całego systemu. Jest podstawą uczestnictwa politycznego wiąże się to z zasadami demokratycznymi czyli równość, wolność i legitymizacja władzy. O wysokiej randze wyborów świadczą zabiegi które mają na celu zwiększenie frekwencji wyborczej.

W naszym kraju frekwencja jest na średnim poziomie od 2005 roku w wyborach prezydenckich i parlamentarnych oscylują wokół 50% (wyjątek to wybory parlamentarne w 2005 roku (40,57%). Nieco gorsza frekwencja występuje na poziomie samorządowym oraz do Parlamentu Europejskiego. Głównym powodem mniejszego zainteresowania obywateli tymi wyborami jest niska świadomość polityczna a także niskie wykształcenie obywatelskie społeczeństwa w przypadku wyborów samorządowych a także zawilość funkcjonowania UE w przypadku wyborów do Parlamentu Europejskiego.³³ Jak wynika z danych CBOS wskazuje się także na inne przyczyny niskiej frekwencji wśród nich istotne miejsce zajmuje wyraźny brak zainteresowanie polityką ze strony obywateli oraz brak alternatywnego kandydata lub partii politycznej

Znaczenie frekwencji wyborczej podkreśla wprowadzenie nowego kodeksu wyborczego w grudniu 2010 roku³⁴. Zmiany jakie wtedy wprowadzono czyli m.in dwudniowe głosowanie karty z pismem Braila a także możliwość głosowania przez pełnomocnika.³⁵ Mikołaj Cześniak

31 Poza wymienionymi można wskazać również na czynniki społeczne (np. ilość wolnego czasu, kontakty i komunikowanie się). Zob. więcej: S. Lipset, *Homo*. op. cit.,s. 190-234. Por. K. Skarżyńska, *Człowiek...*, op. cit., s. 204-220

32 K. Skarżyńska, *Człowiek...*, op. cit., s. 204

33 Urszula Panicz, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza , *Frekwencja wyborcza a stan polskiej demokracji*

34 D.Zaczek, *Nowy Kodeks Wyborczy uchwalony*, „Polskie Radio”,

http://www2.polskieradio.pl/radioparlament/rozmowadnia/artykul192692_nowy_kodeks_wyborczy_uchwalony.html, 03.07.2011 r.

35 Zamiarem tej zmiany było zwiększenie frekwencji wyborczej. Zanim jednak wypróbowano efektywność działania nowego przepisu, do Trybunału Konstytucyjnego Grupa posłów na Sejm zgłosiła wniosek o niezgodność zapisów Kodeksu wyborczego z Konstytucją RP. Trybunał orzekł m.in., że „konstytucja przesądza, iż wybory do Sejmu i Senatu oraz na urząd Prezydenta RP muszą być przeprowadzone w ciągu jednego dnia. Wyroki dotyczyły także m.in. głosowania korespondencyjnego, okręgów jednomandatowych oraz głosowanie przez pełnomocnika. Zob. więcej:

http://www.trybunal.gov.pl/Rozprawy/2011/k_09_11.htm, 14.11.2011 r.

podkreśla iż "zmiana instytucjonalna" (czyli zmiana prawa wyborczego) może przyczynić się do zwiększenia frekwencji w wyborach tzw."efekt nowości może podnieść zainteresowanie obywateli procedurą wyborczą, choć oczywiście nie musi tak być"³⁶

Wydawać by się mogło że podniesienie frekwencji wyborczej jest zadaniem bardzo trudnym ponieważ wysokiego uczestnictwa w kraju naszym nie da się osiągnąć ad hoc. Problemem są nie tylko rozwiązania instytucjonalne ale również (a może przede wszystkim) mentalność Polaków oraz kultura polityczna polityków. Często obywatel nie chce brać udziału w głosowaniu ponieważ nie ma zaufania do polityków oraz nie widzą korzyści z tego że się zaangażują. Można zatem wywnioskować że dopóki kultura polityczna nie podniesie się, tak długo obywatele będą rezygnować z pójścia do urn. Utrzymująca się na takim jak obecnie poziomie może powodować dalsze odpływanie wyborców co będzie skutkowało coraz większą absencją wyborczą co zaprowadzi do "cichej" delegitymizacji system w Polsce.

36 M. Czeńnik, *Partycypacja wyborcza w Polsce. Analiza porównawcza*, Warszawa 2007, s. 14.

2. Wybory Prezydenckie w Polsce 1989 - 2010

2.1. Wybory 19 lipca 1989

Latem na czele potężnego wtedy kraju jakim było ZSRR stał Michaił Gorbaczow w Berlinie rezydował Erich Honecker. Także Czechy i Węgry były we władaniu Moskwy.

Dopiero planowano strajki które miały skutkować upadkiem ZSRR i kresem panowania w krajach wschodniej Europy Komunistów. W następstwie słabnięcia władzy Gorbaczowa w listopadzie padł mur Berliński, który przez wiele lat był symbolem podziału Europy na Wchód (komunistyczny) i Zachód (demokratyczny)

W Polsce zaczęto przemiany początkiem 1989 roku gdy przy symbolicznym "Okrągłym Stole" do negocjacji dotyczących podziału władzy, uczestniczyli w nich również przedstawiciele Kościoła Polskiego. Ekipa rządząca wiedziała że sytuacja nie wyglądać jak do tej pory ponieważ społeczeństwo zaczęło się buntować i wychodzić na ulice.

Coraz więcej osób zostawało rannych pobitych lub ginęło podczas konfrontacji z Milicją i ZOMO. Komuniści tracili coraz więcej w oczach Polaków już nie byli traktowani jak "zbawcy narodu". „Matka Rosja” stawała się wyrodna to też kwestią czasu był przewrót w kraju który skutkował by wielkim chaosem destabilizacją i jeszcze większą liczbą ofiar. Dlatego dialog z demokratyczną opozycją był jedynym rozsądnym rozwiązaniem. Oprócz ustalenia iż 35% mandatów w izbie przypadnie przedstawicielom reprezentującym "Solidarność" a reszta (65%) PZPR i jej sojusznikom ZSL i SD...Potwierdzono również przywrócenie urzędu Prezydenta.³⁷ Został on zniesiony Konstytucją z lipca 1952 r. Wyboru "Głowy Państwa" dokonać miało Zgromadzenie Narodowe (Dwie Izby: Sejm i Senat).

Pierwsze wybory prezydenckie w Polsce odbyły się 19 lipca 1989 r. Solidarność po obradach okrągłego stołu nie była do końca gotowa przejąć władze w kraju. Dlatego liderzy opozycji pogodzili się z decyzją oddania tego stanowiska Komunistycznej partii jeszcze wtedy sprawującej władzę..PZPR wystawiło po długich namowach Wojciecha Jaruzelskiego. Mimo iż nie koniecznie pragnął dla siebie tego urzędu podjął się tego zadania. Po głosowaniu w którym zwyciężył tylko jednym głosem (co nie koniecznie go ucieszyło ponieważ wynik ten osłabiał jego autorytet) mianowano go Pierwszym pół-demokratycznym prezydentem Polski. Warto tutaj zastanowić się dlaczego Solidarność nie poszła na całość i nie wystawiła własnej

³⁷ A. Dudek *Historia Polityczna Polski 1989 – 2005*, Kraków 2007.

propozycji do sprawowania tego właśnie urzędu w Kraju? Ciekawą odpowiedź dał przywódca "S" Lech Wałęsa stwierdził on w jednym z wywiadów zapytany jaki ma stosunek do kandydata Jaruzelskiego odpowiedział w następujący sposób: "Wiem tylko, że żaden z nas - ze mną włącznie - nie rozmawiał ani z panem Gorbaczowem, ani z panem Honeckerem i nawet nie wiemy, jak takie rozmowy wyglądają, ani jak działają pakty, bloki i tak dalej. Teraz będziemy już mieli własną grupę w Sejmie i Senacie, która przyjrzy się tym wszystkim tematom tabu, więc kiedyś się tego nauczymy". Po tej odpowiedzi można stwierdzić iż trudne położenie Polski nie pozwala na tak dalekie posunięcie jak wystawienie własnego przedstawiciela

Pojawiły się również pogłoski iż wybór na prezydenta Jaruzelskiego popierała Amerykańska władza. Szczególną rolę miał tu odegrać ambasador USA w Polsce niejaki pan John Davis, który namawiał ludzi ze Solidarności by nie głosowali a jeżeli już zdecydują się to by były to głosy nie ważne. Zaś sam kandydat PZPR by zachęcić przeciwnych mu polityków głównie z ZSL i SD, zwrócił się do marszałka sejmu pana Mikołaja Kozakiewicza by złożyć mu oświadczenie iż obiecuje że nie będzie piastował tego stanowiska dłużej niż trwać będzie kadencja sejmu.

W celu wyłonienia prezydenta Zgromadzenie Narodowe spotkało się 19 lipca. Generał w ostatecznym rozrachunku pozostał jedynym kandydatem na ten urząd. Zdobył on poparcie 270 posłów, 233 parlamentarzystów było przeciwnych takiemu rozstrzygnięciu, natomiast 34 wogóle nie zdecydowało się oddać głosu a 7 było nieważnych. Ciekawe okazało się iż w głosowaniu nie wzięło udziału kilkoro posłów z partii kandydata (PZPR) jak również z partii koalicyjnych (ZSL i SD). Wybór na prezydenta generała Jaruzelskiego umożliwiła natomiast grupka posłów z KOP, która albo zrezygnowała z oddania głosu lub zrobiła to w sposób który skutkowało unieważnieniem głosu - co miało znaczenie przy ustaleniu liczby wymaganych głosów.

Tak więc Zgromadzenie Narodowe dokonało wyboru czy był on słuszny?? wg mnie raczej tak chociaż z perspektywy czasu oceniać jest to coraz trudniej. Uważam iż inny wybór mógłby lekko zdenerwować przywódców ZSRR. Mimo przekonań iż nie będą wtrącać się w sprawy PRL ,istniała również groźba iż Gorbaczow zadecyduje inaczej gdyż nasz kraj łączyły bliższe związki z Moskwą niż inne kraje z nią sąsiadujące, dobrze wykonywaliśmy nasze zadanie jako kraj odgraniczający ZSRR od Zachodu....Wybór ten jest słuszny jeszcze z jednego

punktu, dał czas na wzmocnienie struktur Solidarności opracowanie planu bez obawy że nie długo po odzyskaniu legalności "S" znowu będzie musiało wrócić do podziemia. Sądzę że przywódca opozycji Lech Wałęsa podjął słuszną decyzję niestety reszta jego poczynań nie poszła mu tak sprawnie. Decyzja o takim wyborze zakrawa jednak na "żart historii" ponieważ przyznano fotel prezydenta tylko jednym głosem. Jak wynika z różnych doniesień wynik ten "upokorzył i wewnętrznie złamał" prezydenta generał który w następstwie doszedł do wniosku jak słabym dysponuje on mandatem.³⁸ Jaruzelski swoją kadencję sprawował do końca 1990r. gdy ze zrozumiał iż jego czas już nadszedł i zrezygnował pod naciskiem rosnącej coraz bardziej w siłę Solidarności..

Jego prezydentura nie była najgorsza starał się on nie szkodzić krajowi mimo nacisków ze strony własnych kolegów z Partii nie podejmował radykalnych decyzji, stanął on raczej na uboczu pogodzony z tym że jest już politycznie wykończony....

2.2. Wybory Wybory 25 listopada / 9 grudnia 1990

Wewnętrzny podział w obozie Solidarności na przestrzeni 1990 roku był czysto personalny. Nieporozumienia jakie występowały głównie między dwoma wielkimi postaciami "S" czyli Lechem Wałęsą i Tadeuszem Mazowieckim, który wbrew opinii nie których wcale nie był posłuszny swojemu wielkiemu koledze i osobie, która uczyniła z niego pierwszego premiera wolnej Polski . Ambicje obu tych panów miały istotny wpływ na sytuację w środowisku Solidarnościowym. Jednak teza ta była by uproszczoną wersją wytłumaczenia wielkiego podziału. Za konfliktem tym stały także nigdy do końca nie spełnione wizje przemian systemu politycznego w Polsce. Po wyborach czerwcowych liderzy związkowi mieli ciężki dość poważny problem, czyli co zrobić z komitetami obywatelskimi?...Dlaczego był to dla nich tak trudny temat?

Otóż posiadały one na początku kampanii znaczącą siłę w wielu częściach kraju "były lepiej zorganizowane niż ogniwa samej Solidarności"³⁹ O zagrożeniu politycznym jakie stwarzały niektórym liderom świadczyć może decyzja jaką podjęła Krajowa Komisja wykonawcza na czele z jej sekretarzem Jarosławem Kaczyńskim. Otóż doszli do wniosku iż należy je po prostu rozwiązać. gdyż "nikogo nie widzie się potrzeby utworzenia na bazie komitetów

38 <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1386950,Wybory-prezydenckie-1989-Pyrrusowe-zwyciestwo-Wojciecha-Jaruzelskiego>

39 "Gazeta Wyborcza" z 27 czerwca 1989 r

obywatelskich czegoś na wzór brytyjskiej Partii Pracy"⁴⁰, nie było również potrzeby ambicji by powołać organu, który koordynował by poczynania różnych ugrupowań.

Rozwiązanie to spotkało się z wielkim oburzeniem niektórych polityków, szczególnie aktywne w krytyce wobec takiego rozwiązania były osoby zbliżone do Bronisława Geremka jak również Adama Michnika. Ostatecznie odnieśli oni sukces ponieważ nie doszło do ich rozwiązania. Podjęto inną decyzję, miała powstać "Komisja ds. reorganizacji KO" która miała wysnuć propozycje przyszłej struktury dla całego ruchu obywatelskiego (już na wstępie widać że kampania zapowiadała się wyjątkowo ponieważ miała to być "walka bratobójcza").⁴¹ Członkowie owej komisji (m.in pan Geremek czy pan Król) prezentowali różne wizje utworzenie " Rady Ruchu Obywatelskiego" ale nie zostały one zaakceptowane ani przez KKW anie przez większą część działaczy komitetów lokalnych, którzy bali się scentralizowania ruchu.

Po tym jak rząd utworzony został przez T. Mazowieckiego sprawa ta nabrała jeszcze większego znaczenia. Ponieważ gdyby któryś z przyszłych kandydatów na Prezydenta zdobył przychylność KO miałby zapewne wygraną w pierwszej turze i zapewne jego otoczenie nie tylko odniosło by sukces na tym polu możliwe że poparcie to było by skuteczne także w wyborach parlamentarnych. Sprawa była dość skomplikowana ponieważ większość urzędników na szczeblu lokalnym tkwiła dalej w dawnych PZPR-owskich czasach w których to centrala wydawała polecenia. Dlatego zaczęli właśnie traktować jako swoją "centrale" regionalne KO. Przedstawiciele przeróżnych instytucji i urzędów udawali się po konsultacje, poradę jak rozwiązywać problemy kadrowe, wręcz nachalnie naciskając jakie mają począć kroki... Zaczęło to spychać ruch obywatelski do roli nowej "siły przewodniej".⁴² Słabość partii o "proweniencji" PRL-owskiej sprawiło iż rzeczywiście "Solidarność" stała się rzeczywistym "hegemonem" można by rzecz coś podobnego do PZPR w PRL na polskiej scenie politycznej.⁴³ Wiele osób z "S" twierdziło iż takie rozstrzygnięcie jest najlepszym z możliwych. Uważali że silna pozycja KO pozwoliła by na spokojne wdrożenie trudnych reform, ograniczy działanie sił które mogły by zagrozić europeizacji a także demokratyzacji Polski. "Idea demokratyczna- jak twierdził Adam Michnik w październiku 1989 r. zderzać się będzie z tęsknotą za autokracją, idea z nacjonalistycznym zaściankiem, społeczeństwo

40 "Gazeta Wyborcza" z 27 czerwca 1989

41 A. Dudek , *Historia...*, 2007

42 Tamże

43 Tamże

otwarte ze społeczeństwem zamkniętym"⁴⁴. A więc można dojść do wniosku że nie były władze PZPR, ale nieokreśleni zwolennicy autorytaryzmu oraz "nacjonalistycznego zaścianka" byli zarówno dla pana Michnika i jego zwolenników głównym oponentem.⁴⁵ Dlatego właśnie wg niego ważne było "niezbędne było uformowanie się komitetów obywatelskich w ruch obywatelski "Solidarność", którego program miał się opierać na specyficznej polskiej syntezie orientacji dawniej konkurencyjnych"⁴⁶ Ostatnia propozycja była związana z głoszonym przez redaktora "Gazety Wyborczej" poglądem że podział na prawicę i lewicę stał się anachroniczny.⁴⁷

Promując jako najlepszy dla Polski system który miał polegać na sformalizowaniu i dominacji ruchu obywatelskiego, pisał na łamach swojej gazety a także w "Tygodniku Powszechnym" do ustrojów np dla takich krajów jak Japonia czy Indie.⁴⁸

Wyżej zaprezentowane stanowisko prezentowane w różnorakich wersjach przez polityków dawnego KOR-u , którzy byli określani przez publicystów jako "lewica laicka" i od samego początku było ostro atakowane i negowane. Zarzucano przede wszystkim to iż blokuje się rozwój nurtów politycznych tradycyjnych a także dążenie do tego by ruch obywatelski "Solidarność" stał się narzędziem ideowym wyłącznie jednej formacji. Ci którzy byli przeciwko zintegrowaniu nie byli jednym środowiskiem ale po upływie pewnego czasu i nasileniu się walki politycznej wewnątrz "S" magnesem który przyciągał większą z nich był rzecz jasna Lech Wałęsa- jeden z kandydatów na prezydenta.

W wyborach prezydenckich bardzo istotne znaczenie miało poparcie ruchu obywatelskiego jednak na ich wynik wpływ miał również konflikt w Solidarności który niektórych odciągał od polityków z nią powiązanych.

Kampania prezydencka rozpoczęła się od spotkania Wałęsy z urzędującym jeszcze prezydentem Jaruzelskim, które odbyło się 26 lipca 1990 roku. Na spotkaniu Wałęsa zasugerował iż nadeszła pora zmiany na piastowanym przez niego stanowisku. Następnie czołowi politycy z Porozumienia Centrum zaczęli zbierać podpisy pod listem skierowanym

44 Gazeta Wyborcza" z 7-9 X 1989 r.

45 Tamże

46 Tamże

47 "Michnik- jak pisze Paweł Śpiewak- wyraźnie wskazuje na hiszpańską drogę wychodzenia z dyktatury, drogę zbiorowej amnezji z jednej strony, z drugiej włączenia wszystkich członków jeszcze istniejącej partii komunistycznej do budowanego nowego ustroju". P. Śpiewak, *Pamięć po komunizmie*, Gdańsk 2005, s.51.

48 P. Śpiewak, *Pamięć...*, s. 54-55

do Jaruzelskiego. Zaapelowali w nim by zrezygnował. Jednak nie wszystkim się to spodobało, wśród przeciwników znalazły się takie partie jak ROAD i FPD, złożyli natomiast projekt ustawy który zmieniał konstytucję. Ustawa ta przewidywała przeprowadzenie powszechnych wyborów prezydenckich. Reagując na te wydarzenia generał skierował list do ówczesnego marszałka izby niższej Mikołaja Kozakiewicza. W owym piśmie uzależnił swoje ustąpienie od utworzenia kalendarza wyborczego, wyznaczonego przez "potrzeby konkretnej sytuacji społeczno politycznej".⁴⁹ Próbę jego określenia podjęto na spotkaniu 18 września. Pojawiło się na nim 27 czołowych postaci polskiej sceny politycznej. Zaproszenie na nie wysłał prymas Józef Glemp dlatego nazwano je "herbatką u prymasa". Była to również ostatnia szansa na porozumienie się skłóconych członków "S", jak również na przekonanie Wałęsy by przesunąć w czasie wyborów prezydenckich największe nadzieje na to miały osoby popierające premiera Mazowieckiego. Aby nie być już więcej naciskany Wałęsa dzień przed spotkaniem wydał oświadczenie w którym potwierdził wole startu w wyborach. Użył często powtarzanych przez siebie słów "nie chce być prezydentem ale będę musiał. Spotkanie odbyło się w Pałacu Prymasowskim i niestety zakończyło się bez konkretnych ustaleń. Większość osób była za tym by wybory odbyły się szybciej, generał potwierdził iż zrezygnuje z bycia prezydentem jednak nie przez zamach stanu jak cytował marszałek Kozakiewicz, lecz procedury która będzie legalna. Owa wypowiedź jak również wiele innych (T. Mazowieckiego, B. Geremka, A. Halla, A Stelmachowskiego) dotyczyła w szczególności Wałęsy oraz Kaczyńskiego dlatego że zarzucano im awanturnictwo a także skłonność do łamania prawa.⁵⁰ "Herbatka u prymasa" miała duże znaczenie na ostatecznym wyrażeniu zgody przez elity polityczne na szybsze wybory prezydenckie. Dało to impuls do podjęcia przez Sejm który podjął uchwałę o skróceniu kadencji parlamentu i prezydenta, decyzja ta została podjęta 21 września. Ustalono iż do parlamentu głosowanie odbędzie się nie później niż w grudniu 1990 r. natomiast na prezydenta w pierwszym kwartale 1991 roku. Przeprowadzenie wyborów do parlamentu i na prezydenta w tym samym czasie- co "z punktu widzenia budowy porządku demokratycznego wydawało się w pełni uzasadnione", zostało to jednak nie zaakceptowane przez większą część elity politycznej.⁵¹ W dawnej "S" za takim sposobem rozwiązania sprawy była mniejszość wśród nich m. in Andrzej Stelmachowski i Jacek Merkel. Większa część obozu w tym panowie Wałęsa i Mazowiecki jak również

49 A. Dudek, *Historia.....*, 2007

50 M. Kozakiewicz, *Byłem marszałkiem....*, s. 143-147

51 A. Dudek *Historia.....*, 2007

przywódcy partii politycznych skupionych wokół nich była za przesunięciem wyborów do parlamentu. Oficjalnie uzasadniano to niebezpieczeństwem dla przeprowadzenia reform co było związane z kampanią wyborczą jak również przerwa w pracy parlamentu. Nie poinformowano jednak że dla następnego prezydenta stary kontraktowy był znacznie lepszy niż całkiem demokratyczny z pełną legitymizacją, zaś przywódcom postsolidarnościowych partii da czas na rozbudowanie własnych struktur i da nadzieje iż w następnej kampanii wyborczej "będą mogli wykorzystać autorytet bliskiego sobie prezydenta".

Do wyborów spieszo nie było także posłom z PSL i SD a przede wszystkim PKLD dla których wiązało by się to z zakończeniem kariery politycznej. Z głosami ugrupowań będących poza parlamentem którzy domagali się jak najszybszego przeprowadzenia kampanii nikt za bardzo się nie liczył.

Następnym ważnym posunięciem było dokonanie nowelizacji konstytucji 27 września przyjęto ustawę o wyborze prezydenta która przewidywała jego elekcję w głosowaniu powszechnym, tajnym i równym. Nowe prawo stanowiły że na prezydenta może kandydować każdy obywatel z Polski który ma ukończone 35 lat i posiada wszystkie prawa wyborcze. Warunkiem rejestracji było zebranie 100 tys. podpisów. Ostatni wymóg nie spodobał się niektórym posłom (zwłaszcza PKLD) które uważano za zbyt wymagający, postulowali by zmniejszyć tę liczbę o połowę (50 tys.). Przyjęto w ten sposób najbardziej popularny na świecie system wyłaniania prezydenta w głosowaniu powszechnym. Kandydat zwyciężał jeśli w pierwszej turze głosowania otrzyma powyżej 50 % ważnie oddanych głosów. Gdy jednak żadnemu kandydatowi się to nie uda po dwóch tygodniach odbywa się tura druga w której do pojedynku stają dwie osoby z największym poparciem.⁵²

2 października marszałek sejmu podjął decyzje iż wybory odbędą się 25 listopada. Zaraz po tym wydarzeniu urzędujący jako premier Tadeusz Mazowiecki który od dłuższego czasu był przekonywany do kandydowania zdecydował iż zgodzi się wystartować w wyborach. W ten sposób ucięto spekulacje o możliwości wysunięcia przez „ROAD” kandydatów np. Bronisława Geremka, Krzysztofa Skubiszewskiego, Andrzeja Stelmachowskiego a nawet co sugerował Adam Michnik Władysława Frasyniuka. Decyzja Mazowieckiego zdziwiła Wałęsę, który do samego końca był przekonany że premier nie odważy się na konfrontacje z nim. I tak też do pojedynku przeciwko sobie stanęły dwa ważne ogniwa Solidarności co ostatecznie

52 A. Dudek *Historia.....*, 2007

potwierdziło wewnętrzny podział w dawnym obozie "S".

Wolę chęci kandydowania oprócz wyżej wymienionych 14 innych osób. Można podzielić je na dwie grupy. Pierwsza większa to przywódcy (jak również reprezentacji) ugrupowań politycznych także organizacji społecznych różnej wielkości: prezes PSL Roman Bartoszcze, przewodniczący PPZ (Polska Partia Zielonych), Janusz Bryczkowski, przewodniczący PKLD Włodzimierz Cimoszewicz, przewodniczący NSZZ RI "Solidarność" Gabriel Janowski, prezes UPR Janusz Korwin Mikke, przewodniczący KPN Leszek Moczulski, przewodniczący Partii Wolności Kornel Morawiecki, prezes Stowarzyszenia Rozwoju Wyższej Świadomości "Refugium" Józef Onoszko, prezes Chrześcijańsko - Demokratycznego Stronnictwa Pracy Władysław Siła-Nowicki, przewodniczący Polskiej wspólnoty Narodowej-Polskiego Stronnictwa Narodowego Bolesław Tejkowski. Druga grupa to osoby prywatne które nie reprezentowały w Polsce jakiegokolwiek organizacji : adwokat będący na emeryturze Jan Bartoszewski, będący z zawodu ślusarzem Edward Mizikowski, pracownik PZU Waldemar Trajdos, i przedsiębiorca z Kanady Stanisław Tymiński.⁵³

Ten ostatni oprócz obywatelstwa Kanady posiadał paszport peruwiański, w Kanadzie jednak przewodził marginalnej Partii Libertariańskiej.

Jednym z największych problemów (o dziwo) było zebranie wymaganej 100 tyś podpisów które następnie wraz z wnioskiem o rejestrację należało złożyć w siedzibie PKW najpóźniej do północy 25 października. W niektórych przypadkach problem z podpisami wiązał się z tym że niektóre organizacje nie chciały popierać swoich liderów, dotyczyło to przede wszystkim Gabriela Janowskiego, który był zmuszony zrezygnować z kandydowania ponieważ 16 października Rada Krajowa Solidarności rolniczej nie poparła go a swoje głosy postanowili oddać na Wałęsę. Także w Stronnictwie Pracy zbuntowano się przeciw Siła-Nowickiemu, oraz w Partii Zielonych przeciw Bryczkowskiemu. W oby tych przypadkach przeciwnicy postawili na Wałęsę. Jednak te problemy wewnętrzne w niektórych stronnictwach i tak nie miały zbyt dużego znaczenia, gdyż nie wydaje się by którykolwiek z wyżej wymienionych kandydatów odegrać znaczącą w wyborach (może poza Gabrielem Janowskim). Jak się okazało struktury niektórych ugrupowań i organizacji okazały się za słabe by zebrać w tak krótkim czasie wymagającej liczby podpisów. W ostatecznym rozrachunku w PKW zarejestrowano 6 kandydatów.

53 S. Gebethner, *Geneza i tło...*,s. 41

Według alfabetu pierwszy na liście znalazł się prezes PSL Bartoszcze Roman urodzony w 1946 roku, jego osoba nie cieszyła się wielkim poparciem nawet w jego partii. Najbardziej przeciw niemu opowiadali się byli działacze ZSL. Co ciekawe 10 października NKW PSL wysunęła go jako kandydata lecz następnie klub poselski PSL poparł swojego zasłużonego działacza Józefa Zycha. Sprawę rozstrzygnięto dopiero 12 października gdy Rada Naczelna PSL 64 głosami za i 13 wstrzymujących się poparła jednak Bartoszcze. Zwyciężył pogląd że większą szansę będzie miał "kandydat wywodzący się z niezależnego ruchu ludowego". Tak więc spór pomiędzy byłymi ZSL-owcami a działaczami którzy wywodzili się z byłej opozycji został zażegnany. Nie wiadomo jednak czy Bartoszcze zdawał sobie sprawę że "walka o władzę" w PSL wiązał się z od tego ile zdobędzie poparcia w wyborach.⁵⁴

Również w SdRP osoba przedstawiciela w wyborach była zaskakująca. Leszek Miller, który pełnił funkcje Sekretarza Generalnego w partii był za desygnowaniem osoby nie wywodzącej się z żadnej partii aczkolwiek o poglądach lewicy, zapewne miał na myśli panią która wtedy była Rzecznikiem Praw Obywatelskich Ewą Łętowską jednak nie zdecydowała się ona na start. Wtedy to pan Miller obrał inny kierunek i zaproponował by reprezentował ich jeden z liderów SdRP Aleksander Kwaśniewski co pozwolił by określić rzeczywisty poziom poparcia dla postkomunistów. Pan Kwaśniewski jednak za bardzo nie chciał się zgodzić, ponieważ zdawał sobie sprawę że szans na wygranie nie ma a jego ewentualny kiepski rezultat mógłby osłabić jego pozycje w partii i dało by to szansę przejęcia władzy przez jego konkurentów, miał na myśli oczywiście wyżej wymienionego Leszka Millera jak także Józefa Oleksego. W związku z tym poparcie swe skierował na innego kandydata, przewodniczącego PKLD Włodzimierza Cimoszewicza urodzonego w 1950 roku , który nie był członkiem SdRP. Jego zdanie podzieliła Rada Naczelna Socjaldemokracji. 9 głosami sprzeciwiającymi i 18 wstrzymującymi się podjęli decyzję iż Kwaśniewski miał racje i opowiedzieli się za Cimoszewiczem.⁵⁵

Po tej decyzji Cimoszewicz otrzymał także wsparcie reszty postkomunistów m.in. Unia Spółdzielców, Demokratycznej Unii Kobiet, Zrzeszenia Studentów, Związku Socjalistycznej Młodzieży Polskiej, OPZZ (popierające równocześnie T. Mazowieckiego) jak także Związek Komunistów Polskich "Proletariat" który został założony w 1990 roku. Kampanie prezydencką Cimoszewicza prowadził (co ciekawe)Tomasz Nałęcz, w sztabie wyborczym

54 A. Dudek *Historia.....*, 2007

55 S. Gebethner, *Geneza i tło.....*, s. 51

pojawił się również Zbigniew Siemiątkowski, Danuta Waniek, Krzysztof Janik, Aleksander Kwaśniewski oraz Leszek Miller... Tymczasem na starcie kampanii pozycja T. Mazowieckiego była bardzo korzystna. Stanowisko jakie wówczas sprawował (mowa o premierostwie), także wpływy w radiu i telewizji dawały mu dużo więcej możliwości aniżeli mieli jego konkurenci, mógł w ten sposób lepiej promować swoją osobę. Trzeba było tylko umieć to wykorzystać jednak T. Mazowiecki i jego ludzie nie potrafili z tego skorzystać. Pan Mazowiecki nie był dobrym mówcą dlatego liczbę jego wystąpień ograniczono do minimum, a na spotkaniach z ludźmi agitowały za niego inne często znane osoby. Biorąc udział w wyborach, które nazwane zostały "najbardziej personalnymi we współczesnej demokracji", Mazowiecki doszedł do wniosku że bardziej w tej kampanii będzie liczyć się jego program niż on sam.⁵⁶ Plan ten mógł być skierowany tylko i wyłącznie do niewielkiej części inteligencji, nie dawało to jednak dotarcia do większego grona obywateli. Tendencje Mazowieckiego do izolowania się nie mógł zmienić nawet bardzo gadatliwy sztab wyborczy w którym byli m.in jego szef Henryk Woźniakowski ważną funkcję pełnili także Aleksander Hall, Marcin Król, Bronisław Geremek, Andrzej Wielowieyski a także Władysław Frasyniuk. W efekcie nieładu w sztabie powstawały różne "buble"⁵⁷ jak na przykład napisanie życiorysu w nudnym i nie wesołym stylu, ktoś nawet zasugerował dopisanie na końcu " w związku z tym proszę o przyznanie mi renty inwalidzkiej I klasy"⁵⁸

Szczególne błędy popełniono także przy przygotowania audycji prezentowanych następnie w telewizji mimo że w ekipie znaleźli się dość znani reżyserowie m.in Jacek Skalski, Krzysztof Krauze, czy Marcel Łoziński. Nie potrafili oni ustalić wspólnego planu działania i strategii promującej kandydata, zresztą sam Mazowiecki im niezbyt pomagał, jak zasugerował pan Konstanty Gebert Mazowiecki powiedział tylko "Żeby to była wyłącznie kampania jego programu bez udziału samej osoby"⁵⁹

Przykładem nieelastyczności Mazowieckiego jak i również ekipy filmowej był zaprezentowany w telewizji film prezentujący premiera który spaceruje po parku wraz ze swoimi ochroniarzami. Trudno o bardziej lepszy przykład odosobnienia i oderwania się od prawdziwych problemów ludzi, co często wypominali mu jego oponenty. Warto przypomnieć cytaty z książki Rogera Boya *"Reklamowanie Mazowieckiego podobne*

56 A. Dudek *Historia....*, 2007 r.

57 Tamże

58 Tamże

59 Tamże

było do organizowania kampanii prezydenckiej Hamletowi- wyznał jeden z członków ekipy wyborczej premiera [...] Mazowiecki przed kamerą zaczynał niewyraźnie bąkać, zaczynał zastanawiać się nad każdym zdaniem, a dziennikarze wpadali w rozpacz- nie można było wydusić żadnego zdecydowanego stwierdzenia".⁶⁰ Ludzie pana premiera nie potrafili także odpowiedzieć na plotki jakoby Mazowiecki miał pochodzenie żydowskie. Nie zignorowano tych informacji jednoznacznie ani także nie zaatakowano antysemityzmu który był ciągle żywy w kilku kręgach społeczeństwa polskiego. Za to 4 listopada "Gazeta Wyborcza" i także "Tygodnik Powszechny" umieściły artykuł w którym biskup Alojzy Orszulik na temat pochodzenia Mazowieckiego stwierdził że "premier ma drzewo genealogiczne wyprowadzone o metryki chrztu aż do XV wieku", powiedział że pokazywał mu je biskup z Płocka. Tego rodzaju dowód na polskie pochodzenie zaprezentowane w gazetach które sływały z tropienia największych nawet przejawów antysemityzmu było szokujące co jeszcze bardziej podsycało liczne już i tak spekulacje.

Pierwszy etap kampanii prezydenckiej premier Mazowiecki którego budżet jaki zdołał zdobyć wynosił 6,5 mld starych złotych składał się przede wszystkim z treści zawartych w jego programie. Sam Mazowiecki a także popierające go osoby ze świata polityki starali się "bronić" tego co zrobił do tej pory jako premier m.in traktat podpisany z Niemcami oraz zredukowanie zadłużenia naszego kraju przekonywał także że konieczny jest dalszy rozwój. Brak konkretnych obietnic wyborczych starano się przytaczać jako dowód odpowiedzialności Mazowieckiego jak również iż jest to jego zaleta przeciwstawiając cechom jakie posiadał Lech Wałęsa, który w tym czasie był oskarżany o demagogie, populizm i awanturnictwo a także o podsycanie do antysemityzmu. Dyskutując z opiniami że rząd spowalnia reformy pan premier podjął w końcu decyzje postulującą likwidację RWPG a także Układu Warszawskiego obiecał również start prywatyzacji bonowej i ściąganie nielegalnej uwłaszczonej nomenklatury, walkę z recesją, wsparcie rolników i budownictwa mieszkaniowego. Obietnice te tak samo zresztą jak i hasła wyborcze ("Siła spokoju", "Uparcie do przodu")⁶¹ nie przekonywały zbytobywatele. W końcowym etapie kampanii w telewizji rozumiejąc że jest ona zbyt statyczna i mało ofensywna postanowiono zastosować propagandę negatywną do Wałęsy. Jej głównym punktem był filmiki realizowane przez pana Marcela Łozińskiego. Jeden z nich pokazywał jak "Wałęsowska siekiera odcina Polskę na mapie Europy od zachodu" na innym z nich ta sama siekiera "rozbijała budzik precyzyjnie

60 R. Boys „Nagi prezydent. Życie polityczne Lecha Wałęsy, Londyn 1995.
61 A. Dudek *Historia...*, 2007

wcześniej naprawiony przez tajemniczą rękę (zapewne Mazowieckiego). Zaprezentowano również polską mapę na której zamiast Warszawy pojawia się Gdańsk a także naśmiewano się z wykorzystywania przez Lecha Wałęsę piłsudczykowskiych sentymentów. Mówiono że to nie marszałek Piłsudski a kapral Wałęsa- taki podpis widniał pod plakatem przewodniczącego "S".⁶² W takim samym nurcie przeprowadzono atak 27 października kiedy to opublikowano w "Gazecie Wyborczej". Adam Michnik pisze w niej pod tytułem "Dlaczego nie oddam głosu na Lecha Wałęsę" skupił się na celnym wyliczeniu jego wad. Przykładowo napisano że jest on nieodpowiedzialny i nieprzewidywalny jak również niereformowalny, i niekompetentny. Negatywna kampania okazała się jednak podwójnym błędem ponieważ po pierwsze była sprzeczna z promowanym przez Mazowieckiego modelem kampanii w której był przedstawiany jako kulturalny i merytoryczny również błędem było skierowanie jej przeciwko Wałęsie ponieważ i tak nie miał on szans przejąć jego elektorat (wynikało to z sondaży) a jego drugie miejsce było zagrożone wzrastającym poparciem Tymińskiego. Wszystko to mimo iż ostrzegali socjologowie zostało zlekceważone przez prawie wszystkich z otoczenia premiera. Swoje wizje o nastrojach społeczeństwa brali za prawdziwe. Postawę tą dobrze przedstawiało zachowanie Adama Michnika, który przez dość długi czas nie pozwalał w swojej gazecie drukować wyników sondaży w, których premier miał mniejsze poparcie ponieważ uznał on że jest to po prostu niemożliwe.⁶³

Dopiero gdy 17 listopada kiedy na wiecu Tymińskiego w Zakopanem zarzucił premierowi zdradę narodu sztab premiera zrozumiał jak wielkim zagrożeniem jest kandydat za oceanu, jednak było już chyba zdecydowanie za późno. Mazowiecki i jego ludzie nie umieli skutecznie odpowiedzieć na krytykę, która płynęła z ust pozostałych kandydatów. W związku z tym jak wynika z ankiety w trakcie ostatnich czterech tygodni poparcie dla Mazowieckiego cały czas spadało. W pierwszej połowie października cieszył się poparciem 45-50%, a już na początku następnego miesiąca (listopada) liczba zmalała do poziomu 30-35%, a na finiszu kampanii słupek poparcia dla niego spadł poniżej 25%. Ostateczny wynik jak się później okaże był jeszcze gorszy co potwierdza coraz szybszy spadek zaufania do pana premiera.⁶⁴

Dla Leszka Moczulskiego z KNP (był w tej partii przewodniczącym) urodzonego w 1930 roku niezaprzeczalnie sukcesem było już zarejestrowanie własnej kandydatury. Udało mu się to mimo iż wywodził się nie z postsolidarnościowej formacji politycznej, a zarazem z partii,

62 A. Dudek *Historia....*, 2007

63 A. Machcewicz, *Historia Sentymentalna*. „Gazeta Wyborcza” w latach 1989 – 90, „Więź” 1995, nr.7 s. 149

64 Tamże

która była opozycją antykomunistyczną. Zebranie 111 tys podpisów było oznaką że Konfederacja miała większe poparcie od kilku innych stronnictw o podobnej genezie, których liderzy bez sukcesów próbowali uzyskać wymaganą liczbę podpisów. Kandydat Konfederatów oczywiście był bez żadnych szans na to by zwyciężyć ale uzyskał za to możliwość reklamy jego osoby jak również swojego klubu na niespotykaną dotąd skale reklamy. Udało mu się to jednak zrealizować w niewielkim stopniu. Stało się tak zapewne dlatego że budżet na kampanie był bardzo niski, wyniósł jedynie 369 mln starych złotych⁶⁵. Lecz chyba bardziej wpływ miała na to błędne przygotowanie wystąpień telewizyjnych. Jak później wspominał:

"Moje wystąpienia w telewizji nie miały służyć wygraniu wyborów, ale uzmysłowieniu społeczeństwu, że ja i Konfederacja dysponujemy rozbudowanym programem politycznym, stanowiącym alternatywę wobec tego co się dzieje [..]. Chciałem przełamać przypisywany mi wizerunek maniaka potrząsającego szabelką.⁶⁶

W rzeczywistości były to nudne monologi wygłaszane przez Moczulskiego w różnych programach wyborczych. Całkowicie zdominowanie przez przewodniczącego KNP programów potwierdzało że w jego partii brak jest innych ciekawych osobowości poza samym kandydatem i nie dawało możliwości promocji kogoś innego jak i samej partii. Z kolei statyczność jego wystąpień i specyficzna zjadliwość jego wystąpień odstraszała obywateli. Niejaki pan Krzysztof Król (prywatnie zięć pana Moczulskiego) prawa ręką przewodniczącego KNP, mówił później żartem, że jednym z dramatyczniejszych momentem kampanii w telewizji było to że złamał się kwiatek w wazonie który stał na stoliku przy którym siedział Moczulski.

Stanisław Tymiański urodzony 1948 roku był na pewno jednym z najbardziej niezwykłych bohaterów całych wyborów prezydenckich w 1990 roku. Sam fakt iż udało mu się zebrać liczbę podpisów wymaganych do rejestracji było sporym zaskoczeniem chyba wszystkich. Najbardziej zdziwieni chyba byli faworyci kampanii czyli T. Mazowiecki, i Lech Wałęsa. Nie posiadał on bowiem żadnego zaplecza politycznego, a w Polsce pojawił się dopiero w drugiej połowie 1990 roku po ponad dwudziestoletnim mieszkaniu w Kanadzie i w Peru. W momencie rozpoczęcia kampanii miał on jednak ważny atut- posiadał dosyć spory kapitał, którego mogli mu pozazdrościć niektórzy pretendenci do fotela prezydenckiego. Z własnych

65 A. Dudek *Historia.....*, 2007

66 A.Dudek, M. Gawlikowski, Leszek Moczulski: *Bez wahania, Kraków 1993, s.214.*

pieniędzy pokrył całą swoją kampanie a kosztowało go to 3,3 mld starych złotych. Wynajął również agencje reklamową o nazwie Golik&Dąbrowski która pomogła mu zdobyć aż 102 tys. podpisów przy tym skutecznie wypromowała jego książkę programową która nosiła tytuł "Święte psy"⁶⁷.

Osoby Tymińskiego nawet po jego rejestracji 25 października nikt nie brał na poważnie. Nie było powodu by czuć zagrożenie z jego strony, potwierdzał to zresztą przeprowadzony w tym samym czasie sondaż, który wskazywał on że na Tymińskiego chciało głosować mniej niż 1%. Sytuacja zaczęła się zmieniać diametralnie dopiero po 28 października gdy wystartowały jego telewizyjne audycje. Szybkość wzrostu poparcia dla Tymińskiego był "Wydarzeniem bez precedensu" w całej historii wyborów prezydenckich w Polsce, również jeśli chodzi o inne kraje o ustroju demokratycznym ciężko znaleźć chociażby podobny przykład. Dnia 9 listopada Tymiński cieszył się poparciem już 7% głosów, po tygodniu miał 12% a ostatni sondaż dawał mu aż 20% głosów poparcia. Ten niesamowicie szybki wzrost był związany z telewizyjną kampanią, jako przykład można podać np. województwo leszczyńskie. Tymiński nie miał w nim własnego sztabu jak pisze Krzysztof Jaśkiewicz- nie było również tam żadnych jego plakatów a mimo wszystko zwyciężył tam w turze pierwszej.⁶⁸ Co ciekawe do jego obozu częściej przechodzili ludzie deklarujący wcześniej chcieli oddać swój głos wcześniej na Mazowieckiego a nie na Wałęsę.

Skuteczność kampanii telewizyjnej Tymińskiego nie była wynikiem zastosowania w niej jakiś specjalnych metod socjotechnicznych. Sukces odniósł dlatego że pojawił się w momencie gdy spora część społeczeństwa Polskiego odczuwała potrzebę oddania głosu na kogoś zasadniczo odmiennego będącego z poza układu rządzącego, który nie był wcześniej uwikłany w spory polityczne zarówno te przed 1989 jak również po 1989 r , a zarazem osobę która odniosła w życiu sukces, jaki chciała osiągnąć większość. Bogaty a poza tym pochodzący z Kanady Tymiński który krytykował ogólnie ale ostro politykę gospodarczą kraju świetnie się do tego nadawał. Druga grupa wyborców to osoby które były rozczarowane obecną sytuacją i marzyli o PRL, jednak nie chcieli głosować na kandydata lewicy. Byli niechętni wobec całej "Solidarności" w tym również do Mazowieckiego i Wałęsy jak i reszty antykomunistycznej opozycji czyli wobec Bartoszcze i Moczulskiego. Z drugiej jednak strony wstyd i nieufność nie pozwalały na poparcie Cimoszewicza. W szczególności można tu zaliczyć osoby ze wsi i

67 A. Dudek *Historia.....*, 2007

68 K. Jaśkiewicz, *Polski wyborca w dziesięć lat po sierpniu*, [w:] *Dlaczego...*, s.113

z małych miast. Również do osób które okazały się jego zapleczem politycznym byli funkcjonariusze PRL-owskiej władzy.⁶⁹

Program kandydata "niezależnego"(jak lubił to podkreślać) składał się z 21 postulatów co było aluzją do listy gdańskiego MKS-u z 1980 r. i symbolizowało jego dobrą ocenę "Solidarności" z lat 1980-1981 konfrontowanej z negatywnym jej wizerunkiem w latach późniejszych. Jak mówił "Naczelnym obowiązkiem prezydenta jest dziś wzmocnienie Ducha Narodu, oraz wyczucie zagrożeń suwerenności ekonomicznej i terytorialnej"⁷⁰-tak brzmiał punkt drugi jego programu wyborczego. Pozostałe podpunkty były również tak samo konkretne, podobnie zresztą jak wystąpienia Tymińskiego w telewizji. Relacje przeprowadzono głównie z jego wieców. W czasie ich trwania często straszył ludzi perspektywą "utrąty suwerenności ekonomicznej", groził równocześnie że Polska będzie "enklawą białych Murzynów Europy". Atakował równocześnie Wałęsę i Mazowieckiego-przedstawiał ich jako osoby które są nową nomenklaturą która niszczy kraj. Przed pierwszym pojedynkiem, jednak jego atak zwrócił się już tylko w kierunku Mazowieckiego, oskarżył go posługując się przeinaczoną wersją części rządowego programu prywatyzacji, jak mówił to "zdrada narodu".⁷¹ Złej i szkodzącej polityce przywódców "S" przeciwstawiał swoją osobę czyli patrioty - miliardera który nie waha się "dla ojczyzny ratowania wrócić się przez morze"- jak brzmiał jeden z jego sloganów. Sukces jaki w życiu osiągnął miał być dowodem na posiadanie tajemniczego "rozwojowo-strategicznego planu gospodarczego" który miał gwarantować szybki dobrobyt, jednak jak on miał w rzeczywistości wyglądać nigdy się nie dowiedzieliśmy. Tymiński często mówił że prześladuje go "klika solidarnościowa" która obawiała się jego wprowadzenia.⁷² Ogólnikowość (Hasłem naszym jedność będzie i Ojczyzna nasza), naiwność a czasem wręcz sprzeczność wywodów kandydata nie były przeszkodą dla jego zwolenników, którzy widzieli w nim męża opatrności. Takie jego postrzeganie wzmocniały audycje , w trakcie których ludzie wyrażali aprobatę i uwielbienie dla kandydata. Atmosfera na jego spotkaniach z wyborcami, która była coraz gorętsza w miarę zbliżania się dnia wyborów coraz bardziej upodabniała się do spotkania z idolem muzycznym. Podobne znaczenie miały listy od wyborców, które były czytane przez Tymińskiego w telewizji.⁷³

69 A. Dudek *Historia....* 2007.

70 Tamże

71 Tamże

72 Tamże

73 Jackowiak JM *Bitwa o Polskę* s. 56-68, 157-160, 363-365 ; D. Macieja, Stan wrzenia, "Tygodnik Solidarność" z dnia 14 XII 1990 r. ; W. Pawłowski, Stan świadomości tygodnik "Polityka" z dnia 1 XII 1990 r.

Mimo tak aktywnego i spontanicznego działania i dużego poparcia nie był on w stanie dalej poszerzać grona swoich zwolenników. Przeszkodą okazało się przede wszystkim brak struktur w terenie jak także coraz większa liczba ataków na jego osobę, która najwyższy poziom osiągnęła w ostatnim tygodniu kampanii wyborczej.

Przez cały okres trwania kampanii wyborczej Lech Wałęsa urodzony w 1943 był jej niekwestionowanym liderem, co sam nieskromnie przyznawał. Myślał że zwycięży w pierwszej turze i to z ogromną przewagą. Akcja przywódcy "Solidarności" była organizowana przez komitety w których większość pochodziła z samej "S" a także z PC. Uzbierał niezłe pieniądze na jej realizację, w sumie ok 9 mld starych złotych (wydano 5,5 mld), większość tej kwoty pochodziła z darowizny. Przywódcą jego sztabu wyborczego był Jacek Merkel, w jego skład wchodził również: Andrzej Drzycimski, Przemysław Gosiewski, Andrzej Kozakiewicz jak również Krzysztof Pusz. Partii i organizacji które popierały Wałęsę podobno było ok 220. Poza samą NSZZ "Solidarność" i PC także Solidarność rolniczą, ZCHN, KLD, SD i PAX a także większa część Komitetów Obywatelskich.

Ważne było dla Wałęsy było poparcie większości kleru chociaż przed pierwszym starciem nie wystosowali oficjalnego listu popierającego jego osobę. O Świadectwie dobrej organizacji sztabu wyborczego Wałęsy świadczyć może to iż udało im się zebrać blisko 650 tys. podpisów. Jego ludzie rozesłali do 486 tys obywateli których odczytano adresy, kartki z osobistym jego podziękowaniem. Wałęsa w przeciwieństwie do Tymieńskiego nie zbyt lubił występować w telewizji. "Filmujcie mnie na wiecach"- takie zdanie wypowiedział w kierunku Jana Purzyckiego, który był odpowiedzialny za przygotowanie audycji w telewizji.⁷⁴ Dlatego większość relacji z jego udziałem pokazywała spotkania z ludźmi go popierającymi. Było to bardzo dobre zagranie marketingowe jego sztabowców, podobnie jak pomysł z kreskówkami, pokazujące sympatyczną siekiere, która wyganiała czerwone pająki "spod grubej kreski", lub rozbijała spółki nomenklaturowe.

Podczas trwania kampanii Wałęsa odbył bardzo dużo spotkań, na które przychodziło mnóstwo ludzi. Wśród nich czuł się bowiem najlepiej. A w wiecowych rozmowach nikt nie był od niego lepszy. Potrafił sobie poradzić nawet z niezbyt przychylnymi mu ludźmi. Marek Suchar z zawodu psycholog, który pracował dla Wałęsy w taki oto sposób opisywał wiec, który odbył się w krakowskim miasteczku studenckim:

74 A. Dudek *Historia....*, 2007

*"Zebral się tam kilkutyśięczny tłum, częściowo na rauszu, szukający okazji do zabawy raczej niż do poważnej dyskusji politycznej, skandujący pod adresem kandydata na urząd prezydenta <Benny Hill> i urządzający sobie coś w rodzaju happeningu. Wałęsa nawiązał jednak bezpośredni kontakt z atakującymi go. Na ataki odpowiadał zaczepnie, na drwiny agresją i gniewem, by za chwile przejść poważnych wypowiedzi. Na każdy skierowany do siebie okrzyk, który usłyszał, i pytanie, które do niego dotarło - odpowiadał. W dziwny i początkowo niezrozumiały dla mnie sposób nawiązywał dialog, nawet z tymi, którzy go w niepoważny sposób traktowali."*⁷⁵

Gdy Wałęsa występował publicznie zapowiadał że przyspieszy przemiany w kraju "przewietrzy" Warszawę i rozbije złodziejskie kliki czego nie potrafił zrobić Mazowiecki i popierający go "jajogłowi". Obiecał również że złagodzi plan Balcerowicza i powszechne uwłaszczenie społeczeństwa, symbolem tego było sławne hasło "100 milionów dla każdego". Prezydent w jego mniemaniu miał być szeryfem, który za pomocą siekiery będzie niszczył lokalne, postkomunistyczne układy. Jego model jak mówił to nie będzie "picie winka i wytrawne kolacyjki" tylko "latający holender" który będzie jeździł po całym kraju i ingerował wszędzie gdzie będzie to konieczne. Obiecywał że będzie aż za dużo Wałęsy- dlatego tak wielu się tego boi.

W odróżnieniu od Tymińskiego, Wałęsa nie obiecywał, że sam rozwiąże problemy. Nieustannie cały czas apelował by zwiększyła się aktywność społeczna, namawiając: *"Bierzcie sprawy w swoje ręce"*. Niezależnie od wszystkich kpín i dowcipów, jakie spowodowało to wezwanie, był to chyba najlepszy element kampanii Wałęsy. Sprzeciwiał się marazmowi i apatii w jakiej była duża grupa polskiego społeczeństwa, co uwidoczniła chociażby na przykład niska frekwencja w wyborach samorządowych. Na pytania o jego program najczęściej odpowiadał.:

"Przecież to dopiero wy, po wolnych wyborach, określicie prezydenturę. Teraz to jakbyście powiedzieli <Leszek, przywieź nam meble> - tylko ja nie wiem do jakiego domu. [...] Trzeba żądać od prezydenta kierunkowego spojrzenia i sprawdzać czy zgadza się ono z waszym. Ale dopiero wy zadecydujecie, czy wolno mu będzie jedynie witać zagranicznych gości, czy rządzić krajem".⁷⁶

Rzecz jasna Wałęsa posiadał program, niezręcznie zresztą nazwany "Nowy Początek".

⁷⁵ Bitwa o..., s.192.

⁷⁶ A. Dudek *Historia...*, 2007

Przygotowała go Rada Programowa (w niej byli m.in bracia Kaczyńscy, Najder, Olszewski, Merkel) a końcową wersję zredagował Jerzy Milewski. Większość jego autorów później oskarżyła Wałęsę o odrzucenie zawartych w nim planów. Zapomnieli że jednak że sami byli jego autorami a ich myślenie że Wałęsa naprawdę zna i popiera postulaty zawarte tam było oparte jedynie o wiarę. Sam przewodniczący, przyznał później że "Nowego początku" nigdy nie przeczytał.

Wiecowe oskarżenia Wałęsy który posądzał w nich Mazowieckiego o nieudolność były słuszne, prawidłowe i druzgocące ale atmosfera stawała się silnie antyinteligencka. Dobrze prezentuje to wypowiedź jednego ze zwolenników Wałęsy:

*"Lechu, w dawnych czasach królowie w ogóle nie umieli czytać i pisać, a Polska była potęgą."*⁷⁷

W swoich wypowiedziach Wałęsa swój niski poziom wykształcenia przedstawiał jako zaletę, co było najlepszym sposobem na odreagowanie krytyki ze strony osób popierających Mazowieckiego, popularne były powiedzenia typu "wybieramy między chamem a Hamletem". Wałęsa sprzeciwiał się gdy ktoś wmawiał mu antysemityzm, jednak z drugiej strony używał sformułowań troszkę aluzyjne, przykład:

"Polskę musimy zmieniać po polsku - oświadczył 17 października na wiecu w Krakowie - bo inni zrobią to po swojemu, a Wałęsa ma polską krew i ma na to dokumenty"⁷⁸

Tego typu wypowiedzi, również apel, aby czołowi przywódcy partii politycznych ujawnili swoje pochodzenie etniczne na pewno pomogły Wałęsie w zdobyciu elektoratu antysemitycznego. Jednak skutki tego były niekorzystne ponieważ osoby wspierające Mazowieckiego rozgłosiły to na Zachodzie przez co wizerunek lidera Solidarności i również naszego kraju został nadszarpnięty.

*"Nie chciałbym tego dzisiejszym partnerom z Unii Demokratycznej zanadto przypominać - stwierdził później Janusz Lewandowski, który jesienią 1990 r. przebywał z wizytą w USA - ale nadużyli mocno swojego autorytetu, strasząc Zachód Wałęsą i dyskredytując na zapas Polaków jako niedojrzałych do demokracji. Było to za to dobrze widoczne z zagranicy"*⁷⁹

⁷⁷ A. Dudek *Historia*..., 2007

⁷⁸ „Gazeta w Krakowie” z dnia 18 XI 1990 r.: J. Kluzik, *Wy określicie prezydenturę*, "Tygodnik Solidarność" z dnia 9 XI 1990 r.

⁷⁹ *Teczki liberalów*, skompletowali J. Parandowska, J. Baczyński, Poznań 1993, s.132-133

Pierwsza tura głosowania odbyła się 25 listopada 1990 roku, udział wzięło w nich 16,7 mln obywateli czyli 60,6% uprawnionych. Frekwencja była więc wyższa aniżeli w wyborach majowych do samorządu lokalnego ale za to niższa niż do parlamentu w 1989 roku. Najwięcej osób poszło do urn w dwóch województwach: Małopolsce i w Wielkopolsce, najmniej za to osób udało się w Polsce centralnej i północno - wschodniej.

Poszczególni kandydaci otrzymali taką o to ilość głosów:

1. Lech Wałęsa	6 569 889 (38%)
2. Stanisław Tymiński	3 797 605 (23,1%)
3. Tadeusz Mazowiecki	2 973 264 (18,08%)
4. Włodzimierz Cimoszewicz	1 514 025 (9,21%)
5. Roman Bartoszcze	1 176 175 (7,15%)
6. Leszek Moczulski	411 516 (2,5%)

Wałęsę w przewadze popierali mężczyźni (39,8%) w odróżnieniu od kobiet (36,5%). Głos swój na niego oddawały głównie ludzie starsi i gorzej wykształceni, którzy mieszkali na wsi i co ciekawe w dużych miastach. Najgorzej wypadł w miastach do 10 tys. Geograficznie największe poparcie miał na terenach gdzie najlepsze wyniki miała "Solidarność", czyli przede wszystkim Polska południowa - wschodnia, wschodnia ale bez woj. białostockiego i woj. gdańskie. Najmniej głosów uzyskał w regionie północno - wschodnim gdzie w 1989 roku kiepsko wypadli politycy KO. korzystne dla Wałęsy był wyższy poziom religijności. Większą ilość głosów dostał tam gdzie w przewadze byli księża katolicy co potwierdza zaangażowanie duchownych w wyborach.

Tymiński w niewielkiej przewadze był popierany przez mężczyzn aniżeli przez kobiety. Popierały go głównie osoby młode wśród osób w przedziale 18-25 zyskał poparcie 31,2 %. Jego wyborcy pochodzili z małych i średnich miast. Najlepszy wynik uzyskał w Polsce północno-wschodniej oprócz woj. gdańskiego oraz na Górnym Śląsku, gorzej w bastionach lidera "S": czyli Małopolska, woj. gdańskie a także na ścianie wschodniej. W czterech województwach udało mu się pokonać Wałęsę : w katowickim (31,10 do 30,99), leszczyńskim (28,69 do 24,76%), pilskim (26,69 do 25,35%). W niektórych miejscach m.in w

Żorach - uzyskał ponad 50% głosów.

Lepiej wypadł w miejscach gdzie było większe bezrobocie, nie sprzyjały mu natomiast tereny gdzie przeważały osoby wierzące. Nie było w tym nic dziwnego ponieważ wśród osób wywodzących się z PZPR cieszył się sporym poparciem, większym nawet od Cimoszewicza. Nie jest jednak jasne dlaczego głos na niego oddała większość mniejszości litewskiej zamieszkujących Polskie tereny, a tym bardziej jest dziwne że wśród reszty mniejszości wypadł zdecydowanie słabiej.

Wśród osób, które oddały swój głos na Tadeusza Mazowieckiego zdecydowanie więcej było kobiet (23,3%) niż mężczyzn (18,6%). Nie wielkie znaczenie miał wiek, natomiast wykształcenie wyborców. Uzyskał 39,7 uczestników elekcji, którzy legitymizowali się wykształceniem wyższym zajął w tej grupie pierwsze miejsce, natomiast zaledwie 10,5% osób z wykształceniem podstawowym. Po stronie Mazowieckiego był poziom urbanizacji: w dużych miastach zyskał poparcie 26,6% natomiast na wsi tylko 7.4%. Najkorzystniej wypadł na zachodzie kraju oraz w krakowskim i warszawskim, a w szczecińskim udało mu się nawet zwyciężyć z niewielką przewagą 28,43 do 28,16 nad Wałęsą. Najmniej głosów zebrał w centralnej części kraju i w środkowo- wschodniej.⁸⁰

Najbardziej szokującym wydarzeniem w pierwszej turze, było oczywiście uplasowanie się na drugiej pozycji Stanisława Tymińskiego. Wprowadziło to w zdumienie prawie wszystkich liczących się polityków, w szczególności zwolenników Mazowieckiego. Do ciekawych wypowiedzi jakie padały, można przytoczyć ks. Józefa Tischnera, który stwierdził że jego zdaniem w dniu wyborów *"ujawnił swą obecność między nami homo sovieticus- człowiek sowiecki. Ten homo sovieticus kręcił się między nami od wielu wielu lat, ale jego obecność była ukryta. W ostatnią niedzielę jakby pokazał swoją twarz"*.⁸¹

Jeszcze bardziej ostro sprawę przedstawił Jan Kofman redaktor naczelny "Krytyki", zarazem członek KW Mazowieckiego:

"Krajobraz po bitwie, oglądany przez pryzmat kampanii prezydenckiej, odstąpił przed nami jeszcze inną, ukrytą dotąd stronę rzeczywistości. Pozwolił mianowicie ujrzeć, jak w zwierciadle, odbicie społeczeństwa. Otóż, czy może nie jest tak iż najzwyczajniej nie dorośliśmy jeszcze do demokracji? [...] Sądzę że wbrew demagogicznym i obłudnym

80 T. Żukowski, *Wyniki głosowania: mapa polityczna polski jesienią 1990 rok [...]*, K.Jasiewicz, *Polski wyborca...*; J. Bartkowski, J. Raciborski, *Wybory Prezydenta RP: kampania wyborcza i wyniki*, [w:] red. J. Raciborski *Wybory i narodziny demokracji w krajach Europy Środkowej i Wschodniej*, Warszawa 1991, s 125-164.
81 A. Dudek *Historia...*, 2007

utyskiwaniom oraz atakom niektórych publicystów czy polityków uprawiających proceder wobec społeczeństwa i wznoszących kapliczki ku chwale tzw. mądrości zbiorowej narodu, pytanie tak otwarcie i może brutalnie sformułowane nie jest pozbawione podstaw"⁸²

Nie ma wątpliwości że poziom politycznej orientacji wyborców Tymińskiego pozostawiał wiele do życzenia, lecz takie sformułowania, głoszone przez osoby z obozu, który kandydował do bycia jedyną demokratyczną formacją w Polsce brzmiały dziwnie. Zderzenie myśli warszawsko - krakowskich salonów na temat tego jakie mamy społeczeństwo w Polsce w porównaniu z rzeczywistością , były bardzo szokujące.

Z takimi samymi emocjami jak jego zwolennicy zareagował sam premier Mazowiecki. 26 listopada stwierdził w telewizji : *"Społeczeństwo dokonało wyboru. Z tego powodu wyciągam wniosek. Postanowiłem złożyć dymisję rządu"*. Następnego dnia oficjalnie tak zrobił powiadamiając marszałka Kozakiewicza, który zapisał przebieg rozmowy. Fragment tej rozmowy wydaje się wart do przytoczenia, ponieważ dobrze ukazuje w jaki sposób myślał pan Mazowiecki:

(Mazowiecki): Wałęsa nie wie, że kierowanie państwem, to nie to samo, co kierowanie wiecem. On wytrzyma w kontynuacji reform może przez 6 miesięcy, a potem wykona zwrot o 180 stopni, gdy tylko poczuje grożący mu spadek popularności. On nas w opinii zachodu, cofnie o 5 lat wstecz...

(Kozakiewicz):Czy Tymiński byłby lepszy?

(Mazowiecki): Nie Tymiński cofnąłby nas o 10 lat. Tymiński nas po prostu kompromituje

(Kozakiewicz): Sądzę, że ci, którzy głosowali za Tymińskim, głosowali protestacyjnie jednocześnie przeciw panu i przeciw Lechowi Wałęsie. [...]

(Mazowiecki): Ludzie są niewiarygodnie ciemni u nas.

(Kozakiewicz): Powiedziałbym raczej, że ludzie są zdesperowani, a nie ciemni.

(Mazowiecki): To dlaczego nie głosowali na Bartoszcze lub Cimoszewicza?

(Kozakiewicz): Bo tamci byli tak samo skojarzeni z partiami politycznymi, jak pan premier i Lech Wałęsa z ""Solidarnością". Oni chcieli mieć kogoś naprawdę niezależnego.⁸³

82 J. Kofman , *Komentarz na wiosnę*, "Krytyka" 1991, nr 24-25, s.7

83 M. Kozakiewicz, *Byłem marszałkiem. Kontraktowego....*, s. 149-150, Warszawa b.dw.

Jeśli wynik uzyskany przez Mazowieckiego można uznać za porażkę, to rezultaty uzyskiwane przez Bartoszcze czy Moczulskiego, trudno ocenić inaczej jak klęskę. Niedługo po wyborach ZSL-owska opozycja zaatakowała Bartoszcze. Na ich czele stał wywodzący się z skompromitowanego PSL w wyborach prezydenckich Roman Jagieliński. samokrytyka jaką złożył podczas posiedzenia Rady Naczelnej 19 stycznia 1991 roku ("Nie doceniłem słów Witosa, że nie należy ufać najemnikom") pomogła mu tylko na chwile. Problemów z członkami nie miał za to Moczulski, który 19 lipca 1990 r. przyczynił się do odejścia z jego Konfederacji swoich przeciwników, na których czele stał Ryszard Bosak (KPN-Frakcja Demokratyczna).

Obok Stanisława Tymińskiego, równie zadowolony ze swojego rezultatu w pierwszej turze był zapewne Włodzimierz Cimoszewicz. Jego czwarta pozycja i zebranie prawie 1,5 mln głosów poparcia dawało jego formacji postkomunistycznej nadzieje na dobry wynik w przyszłych wyborach do parlamentu. Najcięższe czas SdRP miała już za sobą, a słowa kilku polityków o jej zmarginalizowaniu okazały się jedynie ich życzeniami.

Lech Wałęsa mimo wygrania pierwszej tury, a także sporej przewagi nad drugim kandydatem nie był za bardzo zadowolony. Jego szumne zapowiedzi o wygranej w pierwszej turze okazały się nie dużo warte. Rozgniewany na wyborców zrezygnował z wystąpienia w telewizji 25 listopada i nie skomentował wyników. Postawiło to ludzi z jego sztabu w niezbyt dobrym położeniu, i tak była to drobnostka w porównaniu z innym kłopotem z jakim jego sztab się spotkał. Wszystkie przygotowane wcześniej plany na dogrywkę okazały się niepotrzebne, ponieważ przewidywały starcie z Mazowieckim. Symulacje wskazywały że jeśli przez dwa tygodnie przerwy między turami nadal będzie poparcie dla Tymińskiego rosło w takim tempie to możliwe że zwycięży. Okazało się jednak że 25 listopada było apogeum poparcia dla niego, ale zaraz po pierwszej turze nie było to takie pewne.

Tymiński wiedział że nie wygra, jeśli nie uda mu się zdobyć większość elektoratu Cimoszewicz i Mazowieckiego. Dlatego przed dogrywką, silnie zaczął podkreślać różnice między nim a Wałęsą. Zwolenników premiera postanowił przeciągnąć na swoją stronę, poprzez wyrażenie sprzeciwu wobec uchwaleniu projektu ustawy antyaborcyjnej. Było to sprzeczne z deklarowanym przez niego katolicyzmem, czego dowodzić miała jego wizyta na Jasnej Górze - było to posunięcie bardzo dobre. Później okazało się że jego zwolennicy są antyklerykalni. Wyborców którzy oddali głos na Cimoszewicza zamierzał przyciągnąć

wypowiedzią dotyczącą stanu wojennego, wygłosił ją podczas konferencji 27 listopada. Warto ją przytoczyć, ponieważ ukaże ona mętny język jakim się posługiwał

"Mam nadzieję, że nasz kraj zrozumie, ponieważ wielu ludzi już rozumie, jak dużo dokonał dla kraju prezydent Jaruzelski. Ponieważ nasz kraj był wtedy (tj. w 1981r.-A.D) szczególnie zagrożony, ale nie na zewnątrz - z wewnątrz. Ponieważ ręka, która nas krzywdzi od tylu lat, była zawsze swoja"⁸⁴

Aktywność Tymińskiego jednak nie dała zbyt wiele. Przeciwno niemu nastąpił zmasowany atak jaki przeprowadziły na niego media. Skupiono się w nich na życiorysie pretendenta, zarzucali mu m. in. niezbyt jasną przeszłość Tymińskiego a zwłaszcza dziwne pobyty w Libii oraz szemrane interesy w Peru. Duży rozgłos miała informacja że zwolniono go z odbywania służby, dzięki opinii lekarza psychiatrii. Po drugiej turze wyszło na światło dzienne że informacja o jego pobycie w Libii była fałszywa a jej źródłem okazała się "pomyłka" komputera z MSW i wojskowych służb specjalnych, które nie były bierne w tej sprawie. Było to bezprecedensowe wydarzenie w dziejach III RP że wykorzystano do walki politycznej teczki.

Jerzy Bartkowski i Jacek Raciborski zebrali epitety jakie wypowiedziano na Tymińskiego w prasie, radiu i telewizji. Z dużej listy wybrano tylko niektóre, najbardziej charakterystyczne:

*Agencik KGB, agent dawnego PRL - owskiego aparatu bezpieczeństwa, awanturник, bezbożnik, biznesmen <pozał się boże>, [...], czarownik z dżungli, człowiek Kadafiego, człowiek, który spadł z bambusa, człowiek Sławomira Mrożka, człowiek znikąd, [...], Dyżma z Peru, dziwny hochsztapler z błyskiem szaleństwa w bladym nieruchomym oku, [...], kryminalista, łowca naiwnych, maniak, Mister Nikt [...] oszust matrymonialny, peruwiański szaman [...] ponury żart historii, polityczny Kaszpirowski, [...] prymitywny szarlatan, przestępca z dżungli, <psychiczny>, robot sterowany z kosmosu, SB-ek, szarlatan, szurnięty ideolog dolarowej mamony z nieba, Targowica 90', terrorysta, UFO, wariat, zero, złodziej, znarkotyzowany maniak, Żyd.*⁸⁵

Rzecz jasna Tymiński nie był godny urzędu prezydenta, nie miał również odpowiedniego zaplecza, które pozwoliło by mu dobrze rządzić, aczkolwiek ataki na niego ze strony zwolenników Wałęsy a także ludzi Mazowieckiego, nie przyniosła naszemu krajowi chwały, i niezbyt dobrze świadczyły o kulturze politycznej polityków ale i nie tylko.....

⁸⁴ Wy powiedź S. Tymińskiego na jego konferencji prasowej, wykorzystywana w filmie raz, dwa, trzy - prezydentem będziesz ty (1995) w reżyserii Krzysztofa Magowskiego.

⁸⁵ J. Bartkowski, J. Raciborski, Wybory..., s. 157.

Z wyników OBOP-u które zostały opublikowane 30 listopada dotyczące tury drugiej: Wałęsę poparło by 59% a Tymińskiego 30%, reszta była niezdecydowana. W otoczeniu Wałęsy, obawiano się że powyższe wyniki nie muszą odzwierciedlać rzeczywistych nastrojów panujących w wśród wyborców Tymińskiego, którzy byli nieco zawstydzeni tak ostrą kampanią wymierzoną w ich kandydata, po tym wszystkim mogli oni ukrywać poparcie dla niego. Zjawisko to ujawniło się 25 listopada gdy ankieterzy INFAS-u pytali o sposób głosowania podczas wychodzenia obywateli z punktów wyborczych. Wałęsa podjął intensywne zabiegi by zdobyć elektorat Mazowieckiego. 28 listopada OKP przyjął uchwałę która wyrażała poparcie dla Wałęsy. Jednak usłyszał kilka cierpkich słów pod swoim adresem, najostrzej wypowiedział się oczywiście Michnik:

Jeżeli wygra ten indiański Mesjasz, ten hochsztapler, który już zrobił z Polski pośmiewisko, to za to każdy z nas będzie odpowiedzialny. Ale chcę też powiedzieć z całą mocą: to że ten indiański Mesjasz mógł osiągnąć to co osiągnął jest wynikiem tej kampanii politycznej, której byliśmy świadkami. Bo Tymiński jest w istocie rzeczy karykaturą stylu politycznego, który ty Lechu na swoich mitingach zainicjowałeś. To ty Lechu mówiłeś do tłumu: <każdy z was może być prezydentem>, nie ważna edukacja, a jak ktoś zna francuski to go nawet obciąża. Skoro każdy, to dlaczego nie Tymiński.⁸⁶

Mimo tych oskarżeń poparcie liderowi "Solidarności" udzieliła także Rada Założycielska ROAD-u a 2 grudnia sam Mazowiecki jednak zaznaczył że poparcie *"nie oznacza głosowania na jego program wizję demokracji i styl"* Do poparcia Wałęsy wezwała 4 grudnia Rada Naczelna PSL i 46 głosami za oraz 16 przeciw i 9 wstrzymujących się Rada Polityczna KPN. Spośród osób które nie dostały się do drugiego etapu głosowania, tylko Włodzimierz Cimoszewicz stwierdził że nie będzie głosował na Lecha Wałęsę (nie trudno się temu dziwić) a na Tymińskiego, ponieważ był on traktowany jako zagrożenie przez cały establishment polityczny. 30 listopada wypowiedzieli się purpuraci. List 244 Konferencji Episkopatu brzmiał następująco:

*"Ster naszego państwa trzeba przekazać osobie, która opierając się na wartościach chrześcijańskich zagwarantuje kontynuację i utrwalenie tego dobra, które osiągnęła nasza ojczyzna"*⁸⁷

86 Wypowiedź Michnika w filmie fabularnym W Solidarności 1991 w reżyserii Bolesława Sulika.
87 A Dudek *Historia...*, 2007

Ponieważ Tymiński doszedł do wniosku że list ten mówi o nim 3 grudnia prymas Glemp powiedział iż wnioskując tak Tymiński musi mieć "duży tupet" i sprecyzował że Kościół jest za "kandydatem wywodzącym się z ruchu Solidarnościowego"⁸⁸

1 grudnia odbyło się pierwsze i ostatnie spotkanie kontrkandydatów w telewizji. Nie była to jednak zwykła debata ale równoległa konferencja prasowa. Grupa 160 dziennikarzy zadawała im pytania. Spotkanie to okazało się zmasowanym atakiem na Tymińskiego . W pewnym momencie przyparty do muru powiedział że stojące obok niego na stoliku czarna teczka zawiera dowody kompromitujące lidera Solidarności i zagroził że je ujawni. Siedzący niedaleko niego Wałęsa zareagował żeby natychmiast je przedstawił. Jednak Tymiński nie zdecydował się na takie rozwiązanie co wzbudziło falę podejrzeń iż owa teczka może być pusta. Wałęsa odniósł niewątpliwie sukces w tej rywalizacji co jednak - wobec atmosfery jaka panowała w studiu telewizyjnym i wątpliwych umiejętności polemicznych przeciwnika - nie było rzeczą bardzo trudną. Zrozpaczony Tymiński zrezygnował z wzięcia udziału w następnej mającej odbyć się w następnym dniu debacie podobnie jak i w następnych rozmowach telewizyjnych z dziennikarzami. Pokazywał się jedynie w audycjach przygotowanych przez własne studio wyborcze, które dalej pokazywało jego spotkania z podekscytowanymi zwolennikami. Jednak nie było już tak spokojnie. Zakłócali je zwolennicy Wałęsy, okrzykami, śpiewem i tupaniem zagłuszali przemowy Tymińskiego. Najostrzej było na spotkaniu w dniu 3 grudnia w Hali Gwardii, gdzie doszło nawet do pojedynków na pięści. Nikt nie odniósł większych obrażeń ale reportaż z tego spotkania pokazała Telewizja Publiczna i nie wyglądał na zbyt radosny. Kolejny atak w Tymińskiego przypuściła stacja TVP 1, która wyemitowała program o jego życiu osobistym w Kanadzie. Można było z niego wywnioskować że głodzi własną rodzinę a na dodatek bije żonę, pochodzącą z Peru Gracielę, która jednak brała udział w kampanii swojego męża ale niestety stała się przedmiotem drwin i ataków. Po paru latach Tymiński wygrał proces jaki wytoczył TVP o zniesławienie ale nie miało to już większego znaczenia..⁸⁹

Do drugiej tury wyborów, która odbyła się 9 grudnia 1990 roku poszło 14,65 mln obywateli, czyli o 2 mln osób mniej niż dwa tygodnie wstecz. Frekwencja wyniosła 53, 39%. Tak niska frekwencja to za pewne wyraz niezadowolenia obywateli wobec obu kandydatów. Wśród

88 A Dudek *Historia...*, 2007

89 Bitwa o..., s. 320-323: K.Gembura-Chmielewski, *Emocje po pierwszej turze wyborów*, [w:] *Polski wyborca 90". Psychospołeczne studia nad wyborami prezydenckimi*, t.1, Warszawa 1991, s.11-23; *Kalendarium drugiej tury wyborów prezydenckich*, "Tygodnik Solidarność" z dnia 14 XII 1990 rok.

osób, które ponownie poszły zagłosować podobne stanowisko zajęło ponad 344 tys., obywateli - oddali głosy nie ważne. Lechowi Wałęsie udało się zdobyć 10 622 696 głosów czyli 74, 25, był to wzrost o ponad 4 mln w zestawieniu z pierwszą turą. Na Stanisława Tyimińskiego głos swój oddało 3 683 098 osób - uzyskał zatem 25, 75%, a więc o 114 tys. mniej niż podczas pierwszego starcia o urząd prezydenta. Jak wykazał przepływ elektoratu z ponownego zagłosowania na Stanisława Tyimińskiego zrezygnowało ok 1 milion 300 tysięcy wyborców popierających go w pierwszej turze, a 250 tys. innych poparło Wałęsę. Od Tyimińskiego odwrócili się jego zwolennicy ze Śląska i Polski Centralnej. Zapewne to rezultat kampanii negatywnej z którą Tyimiński nie umiał sobie poradzić. Tylko po części lukę tą wypełniło ok 400 tys. osób, które po raz pierwszy udały się do urn dopiero w turze drugiej a także 44% wyborców którzy wcześniej głosowali na Cimoszewicza i 37% wyborców Bartoszcze. Znacznie mniej głosów otrzymał od osób które popierały Moczulskiego (22%,5), a najmniej od zwolenników Mazowieckiego (8,5%).

Ci ostatni a szczególnie ta grupa która zagłosowała 9 grudnia poparła Wałęsę, dodając mu 2 mln głosów. Nic więc dziwnego że największy przyrost głosów pomiędzy turami lider "S" uzyskał w bastionie byłego premiera. Resztę zdołał zdobyć od osób które pierwszy raz poszły zagłosować (ok 950 tys) oraz zwolenników pozostałych kandydatów.⁹⁰

22 grudnia podczas posiedzenia Zgromadzenia Narodowego Lech Wałęsa został zaprzysiężony na prezydenta RP, następnie na Zamku Królewskim, odebrał z rąk Ryszarda Kaczorowskiego ostatniego Prezydenta RP na Uchodźstwie, przedwojenne insygnia głowy państwa. Równocześnie zignorowano Jaruzelskiego, którego nie zaproszono na żadną z tych uroczystości. Była to ze strony Prezydenta-elekta próba zademonstrowania całkowitego zerwania z PRL-em i nawiązanie do tradycji II RP. Aczkolwiek zerwanie to było proste w wymiarze symbolicznym a okazało się znacznie trudniejsze w rzeczywistości.

Pierwsze całkowicie wolne wybory na urząd prezydenta były bardzo bolesnym doświadczeniem dla sporej liczby Polaków. Postać Tyimińskiego pozwoliła jednak spojrzeć krytycznie (chyba po raz pierwszy od 1980) na stan świadomości Polaków. Z lekcji jakiej udzielił polskim politykom obywatel Kanady jednak nie każdy wyciągnął odpowiednie wnioski. Do przywódców podzielonego obozu Solidarnościowego dotarło tylko, że dalej są główną siłą polityczną w Kraju a wynik który uzyskał Tyimiński tylko w nie dużym stopniu

90 J. Bartkowski, J. Raciborski, *Wybory...*, s.158-160; T. Żukowski, *Wyniki głosowania...*, s. 70-74; J.Raciborski, *Polskie wybory. Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego 1989-1995*, Warszawa 1997, s. 74-75.

przekładał się na stworzoną przez niego Partię "X".

Jego elektorat został oceniony jako heterogeniczna zamknięta "ciemna masa", która jest łatwa do zmanipulowania więc został zmarginalizowany. Po raz drugi po czerwcu 1989 r zignorowano również fakt że w naszym kraju istnieje dość spora liczba osób, która jest nieprzychylnie nastawiona zarówno do "Solidarności" jak także do partii które z niej wyrosły a co gorsza do wszystkich ruchów politycznych, które kiedyś należały do opozycji. Większym wyczucie zachowali się przywódcy PSL, a przede wszystkim SdRP którzy w ludziach popierających Tymińskiego dostrzegli wielką szansę...⁹¹

Dla lidera "Solidarności" zdobycie urzędu prezydenta było końcem kampanii politycznej, która rozpoczęła się prawie rok wcześniej. Wałęsa z natury ostrożny bardzo sceptycznie odniósł się do realizowania programu dekomunizacji i przyspieszenia, ponieważ okazało się to trudniejsze niż się początkowo wydawało Wałęsie. Dlatego już podczas pierwszej tury wypowiedział się on zaskakująco ponieważ zaproponował pozostanie na stanowisku premiera T. Mazowieckiemu do czasu wyborów parlamentarnych. Próbował w ten sposób odbudować mosty spalone podczas "wojny na górze" i rozpocząć po raz kolejny ulubioną swoją grę czyli popieranie formacji słabszej która rywalizuje z mocniejszą. Oczywiście swoim ludziom mówił zupełnie co innego na ten temat. "Mazower się dalej umacza-powiedział do Lecha Kaczyńskiego a my w wyborach parlamentarnych po raz drugi wystąpimy jako opozycja"⁹² Kiedy opcja ta okazała się- przez odmowę Mazowieckiego niemożliwa do realizacji, Wałęsa zdecydował że zrealizuje ją w sposób łagodniejszy czyli utrzyma mocną pozycję Balcerowicza w następnym rządzie. Na takie zachowanie Wałęsy duży wpływ dodatkowe dwa czynniki czyli "probalcerowiczowskie" stanowisko Stanów Zjednoczonych z którym zapoznali go Jan Nowak-Jeziorański i ambasador Thomas Simons a także możliwość odparcia zarzutów o populizm co często zarzucały mu osoby przez osoby popierające Mazowieckiego . Pomysł ten poddał także Jacek Merkel jeszcze latem 1990 roku:

"Popatrz, wszyscy cię atakują, nie? - klarował Wałęsie szef jego sztabu wyborczego - Że jesteś za populizmem, że inflacja wróci, że rozpieprzysz cały ten tworzący się w bólach układ gospodarczy, a ty twardo to wytrzymujesz i następnego dnia po wyborach mówisz: Balcerowicz. I wszyscy padają na kolana. Bo działa prosta konstrukcja cepa. Wałęsa się zastanowił i powiedział: wiesz to jest myśl"⁹³

91 A. Dudek, *Historia...*, Kraków 2007

92 Cyt. za: J.Kurski, P. Semka, *Lewy Czerwcowy*, Warszawa 1992 s.28

93 Cyt. za: T. Torański, *My*, Warszawa 1994, s. 222

Ważne jest że Wałęsa zapragnął mieć wpływ także na rząd dlatego chciał by premierem została osoba, która będzie wobec niego uległa, dlatego w grudniu 1990 roku rozważał różne kandydatury na to stanowisko, propozycję dostał nawet Jarosław Kaczyński, ale on dobrze wyczuł sprawę i nie dał się wciągnąć w tę pułapkę - natychmiast odmówił prezydentowi. Poza Kaczyńskim padały różne nazwiska: Jacek Merkel, Jan Krzysztof Bielecki, i także Jan Olszewski. Na początku wydawało się że najlepszą osobą na to stanowisko jest Olszewski, któremu Wałęsa 2 grudnia zlecił tworzenie gabinetu, więc już 6 przystąpił on wraz ze swoimi ludźmi (byli wśród nich Z. Najder, W. Włodarczyk, jak również J. Kaczyński, A. Macierewicz, W. Chrzanowski.) do określania zasad na jakich miał powstać rząd. Podstawowym warunkiem miało być oczywiście oparcie rządu o autorytet prezydenta (widać w tym miejscu jak dużą władzę chciał posiadać prezydent a jak powszechnie wiadomo zbyt wielki wpływ jednej osoby nie pomaga krajowi tylko mu szkodzi i go destabilizuje) a nie jak powszechnie w demokracji większości sejmowej. W związku z tym mieli go tworzyć politycy popierający Wałęsę i wywodzących się z "Solidarności" czyli głównie z PC, ZChN i liberałów z gdańska.⁹⁴

Resorty miały zostać podzielone na "trwałe" oraz na takie, które w ramach przeprowadzonej później reformy miały zostać zlikwidowane. Przyjęto także że Balcerowicz dalej będzie pełnił funkcję ministra finansów, lecz utraci stanowisko wicepremiera, co osłabiło by naturalnie jego wpływy. Przez następnie dziesięć dni Olszewski uformował 3/4 swojego przyszłego rządu. Jednak lista znajdujących się na niej osób nie przypadła do gustu urażonemu Balcerowiczowi, który zadziwił wszystkich swoją pewnością siebie i zaprezentował własną listę ministrów. Jednak co najważniejsze nominacje Olszewskiego były nie do zaakceptowania przez Wałęsę i to nie tylko z powodu ograniczenie wpływów Balcerowicza ale dlatego że Olszewski tą listę stworzył sam myśląc że prezydent - elekt dał mu do tego wolną rękę. Tak więc Olszewskiego pozbawiono wszelkich złudzeń gdy 18 grudnia dostał list od Wałęsy przesłany za pomocą faksu w którym obsadzone zostały wszystkie stanowiska ministerialne, pierwszą osobą na tej liście był rzecz jasna Leszek Balcerowicz figurował tam jako minister finansów i jedyny wicepremier. Prezydent (łaskawie) pozostawił jednak pięć ministerstw Olszewskiemu co jednak nie ucieszyło kandydata na szefa rządu ponieważ były one mało ważne (między innymi resort rynku wewnętrznego który miał the facto zostać

94 A. Dudek, *Historia...*, 2007

zlikwidowany).⁹⁵

Skład jaki zaproponował Wałęsa przekreślał ideę "rządu przełomu" i wydawał się być rządem kontynuacji tyle że na czele miał stać ktoś inny. Zabolalo to mecenasa, który doszedł do wniosku że Wałęsa chce z niego zrobić swoją marionetkę. Olszewskiemu pozostało więc zrezygnować a stanowczość z jaką to uczynił zrobiła na prezydencie takie wrażenie że zniechęciła go do Olszewskiego co objawiło się w następnym roku. Nie wiadomo czy mecenas na prawdę zostałby premierem, nawet gdyby pogodził się z niesamodzielnością w podejmowaniu decyzji. Po niezbyt miłych doświadczeniach z Mazowieckim, Wałęsa potrzebował na stanowisko premiera kogoś młodszego i jednocześnie mało znanego. Misja Olszewskiego wiele na to wskazuje miała być swego rodzaju gestem pożegnalnym wobec części środowisk politycznych, które pomogły Wałęsie dostać się na szczyt.

Również Jarosław Kaczyński dostał nagrodę od Wałęsy w postaci nominacji na stanowisko ministra stanu i szefa w kancelarii prezydenta. Kaczyński był urażony eliminacją Olszewskiego i negatywnie oceniał następne posunięcia prezydenta, dlatego coraz częściej się mu sprzeciwiał, jednak starał się to jak najdłużej ukryć przed opinią publiczną, ponieważ zdawał sobie sprawę że może to szkodzić PC, partii na której czele nadal pozostawał. W podobnej sytuacji co prezes PC znalazło się też kilku innych polityków z tej partii, którzy byli w otoczeniu Wałęsy przykładowo: sekretarz stanu Teresa Liszcz i Sławomir Siwek oraz podsekretarz stanu Jacek Maziarski. O ile J. Kaczyński i jego ludzie zostali u boku prezydenta do wyborów parlamentarnych, to już Jacek Merkel, który pełnił funkcje ministra stanu ds. bezpieczeństwa narodowego stracił swoją posadę w marcu 1991 roku a stanowisko odziedziczył po nim Lech Kaczyński.⁹⁶

Odejście Merkla zapoczątkowało pięcioletnie utarczki personalne i awantury między ludźmi prezydenta. Ich głównym bohaterem był doradca Wałęsy Mieczysław Wachowski, jedna z najbardziej tajemniczych osób tamtego okresu na scenie politycznej. Szofer i ochroniarz Wałęsy z 1981 roku przez większą część lat 80-tych nie posiadających żadnych kontaktów z szefem i w ogóle z całą "Solidarnością" dość niespodziewanie zjawił się wśród ludzi prezydenta obejmując na początku swej kariery stanowisko sekretarza Wałęsy. W kolejnych latach wzmacniał swoją pozycję zostając dyrektorem jego gabinetu a następnie sekretarzem stanu aż wreszcie stał się ministrem stanu, czyli można powiedzieć drugą osobą po

⁹⁵ A. Dudek, *Historia...*, 2007

⁹⁶ Tamże

prezydencie. Jego ofiarami padło wielu znanych polityków m.in: Krzysztof Pusz i Arkadiusz Rybicki (bliscy współpracownicy Wałęsy). Pod adresem Wachowskiego padało oskarżenie o współpracę z SB czy KGB jednak nigdy nie zostało to mu udowodnione, ale wywołując liczne intryki personalne a także sposób w jaki działał zaciążył na wizerunku prezydenta Wałęsy. Wielką niewiadomą pozostaje fakt, dlaczego mimo krytyki i wielu skandali jakie wywołał, ponad cztery lata otrzymywał tak ważne stanowiska.?

Gdy kolejny kandydat odmówił prezydentowi (mowa o Jarosławie Kaczyńskim) 20 grudnia Wałęsa wysłał ponownie swą propozycję do T. Mazowieckiego aczkolwiek wskazując w niej dwa warianty. Pierwsze to utrzymanie obecnego wówczas rządu aż do rozpisanych wyborów parlamentarnych lub utworzenie nowego gabinetu i przeprowadzenie wyborów w roku kolejnym. Ujawniła się w tym miejscu skrywana przez Wałęsę niechęć do szybkich wyborów. Pojawił się więc kolejny problem, który wywołał konflikt ze swoimi zwolennikami. Stanowisko w tej sprawie prezydent uzasadniał słabością partii politycznym i przeprowadzenie jak najszybciej koniecznych reform, a temu wszystkiemu mogły przeszkodzić właśnie wybory. Zasugerował także iż w wyborach sukces mogli w nich odnieść postkomuniści, jednak nie dostrzegał że w czasie trwania kryzysu ekonomicznego to właśnie czas działa na ich korzyść.

Jednak wszyscy wiedzieli że sejm kontraktowy był dla Wałęsy po prostu korzystny, gdyż gwarantował mu pozycję jedyne go ośrodka władzy w kraju, która posiada pozycję demokratycznego ośrodka władzy. Rozwinięciem pomysłu przesunięcia wyborów była ogłoszona w styczniu 1991 roku inicjatywa stworzenia Rady Politycznej przy Prezydencie, która miała skupiać reprezentantów wszystkich orientacji politycznych. Próba ta miała na celu stworzenie czegoś w rodzaju namiastki Parlamentu wyłaniającego się w oparciu o Wałęsę i miała być czymś podobnym do Rady Konsultacyjnej jaką stworzył Jaruzelski. Ostatecznie jednak okazało się to nie możliwe do zrealizowania, ponieważ większość sił politycznych stawiała opór, ale oddawała w jasny sposób prawdziwe intencje prezydenta...⁹⁷

Następnym prezydent oficjalnie ogłosił że w końcu wybrał odpowiedniego kandydata. Misję tworzenia gabinetu powierzył Janowi Krzysztofowi Bieleckiemu, ponieważ spełniał on trzy podstawowe warunki Wałęsy: był od niego młodszy (miał 39 lat w chwili objęcia urzędu), był osobą szerzej nieznaną (był działaczem "Solidarności" w trójmieście i szeregowym posłem

97 A. Dudek, Historia..., 2007

OKP) i nie dysponował szerszym zapleczem politycznym, bowiem trudno było uznać za takie jego niewielkie środowisko gdańskich liberałów.⁹⁸ Jak przyznał później Bielecki "Mnie nie wyniosła moja czy kongresowa polityka - brak politycznego znaczenia liberałów i mojej osoby był jedną z głównych przyczyn tego skoku w górę". Mniej realizmu wykazał oceniając swoją autonomię jaką miał w roli premiera: "Wałęsa wyobrażał sobie, że powoła rząd, którym będzie sterował ręcznie, a jego kierownicy będą przychodzić i odchodzić i że będzie ich jak rękawiczki zmieniać w moim przypadku jednak to nie nastąpiło".⁹⁹

Lecz szczerze powiedziawszy nie wliczając Waldemara Pawlaka w okresie miesięcznego rządzenia z 1992 roku Bielecki był chyba najbardziej uzależniony od Wałęsy. Prezydent zresztą z dużą determinacją starał się pozostawić go na czele rządu do wyborów parlamentarnych. Warto także wspomnieć że słaba pozycja premiera wynikała de facto z pozaparlamentarnego charakteru rządu jaki stworzył. Jego następcy byli w lepszej sytuacji ponieważ dysponowali konkretnym (chociaż czasem mniejszościowym) zapleczem w parlamencie, natomiast Bielecki mógł opierać się tylko na Wałęsie. i bardzo niestabilnej grupie parlamentarzystów z rozpadającego się wówczas OKP.

4 stycznia wszystko stało się jasne i Bielecki został zaakceptowany przez większość Sejmową. Poparcia udzieliło mu 276 polityków, przeciwko niemu było 58 a 52 się wstrzymało. Tak jak można było się spodziewać udało się prezydentowi znaleźć odpowiednią dla niego osobę na fotel premiera, z pomocą przyszła mu większość członków OK i SD i co interesujące część PKLD jak również PSL. Następnego dnia premier wygłosił expose i mógł przejść do działania.¹⁰⁰ Przedstawiając jak wyglądał wybór premiera uwidocznilem jak duży wpływ miał na to miał Wałęsa, który przez większość swojej prezydentury zachowywał się podobnie czyli wtrącał się i przeszkadzał co z pewnością nie było dla rządu i kraju dobre...

Czy zatem Wałęsa sprawdził się jako prezydent ? Istnieje wiele opinii na ten temat, po ich przeanalizowaniu wysnułem wniosek że przed jego wyborem wydawał się wprost idealną osobą na to stanowisko, jednak w miarę trwania jego kadencji coraz więcej osób zaczęło się od niego odsuwać, co zatem było tego przyczyną? Zapewne fakt że chciał jako prezydent mieć więcej władzy niż mu przysługiwała z urzędu, jednak bardziej rozczarowujące było to że zapowiadał całkowitą dekomunizacją, a w rzeczywistości cały czas się tego obawiał. Ten

98 "Gazeta Wyborcza" z 16 i 23 X 1991r

99 Tamże

100 A. Dudek, *Historia...*, 2007

strach próbował zaszczepić obywatelom. Blokując niektóre decyzje podjęte przez sejm blokował możliwość szybszego rozwoju naszego kraju, równocześnie szybsze zerwanie z przeszłością. A dlaczego tak postępował? Ponieważ wiedział że komuniści nadal posiadają silną reprezentację w służbach wywiadowczych i wojskowych i te wpływy mogą wykorzystać przeciwko niemu..

2.3. Wybory 5 listopada/ 19 listopada 1995

Drugie wolne wybory prezydenta w Polsce, były największym wydarzeniem w świecie polityki od czasu kiedy SLD wraz z PSL przejęło władzę w kraju. Wynik zbliżającej się konfrontacji o fotel prezydencki miała dać odpowiedź czy władza obozu rządzącego zostanie ponownie wzmocniona czy rozpocznie się "proces ograniczania wpływów" zdobytych po 1993 roku. Wybór prezydent miał się odbywać wg. przepisów zawartych w ordynacji wyborczej z 1990 roku. Na starcie deklaracje o chęci wzięcia udziału w wyborach złożyło aż 30 pretendentów z których następnie pozostało 18, natomiast 100 tyś wymaganej liczby głosów nie udało się zdobyć m.in: Janusz Bryczkowski (lider Polskiego Frontu Narodowego), Aleksander Gawronik (senator przedsiębiorca z Poznania), Kornel Morawiecki (przewodniczący Partii Wolności), Bogusław Rybicki (przewodniczący Stronnictwa Narodowego "Ojczyzna"), Adam Strzębosz (pierwszy prezes Sądu Najwyższego), Leszek Wierchowski (lider Polskiego Ruchu Monarchistycznego) , czy chociażby kontrowersyjny Stanisław Tymiński (lider Partii "X").¹⁰¹ _W grupie tej, która zdominowana była przez liderów nie wielkich ekstremistycznych organizacji, za najbardziej interesujący przypadek należy jednak uznać Tymińskiego, któremu co ciekawe w 1995 nie udało się zdobyć wymaganej liczby podpisów, wynika z tego że poparcie jakie zdobył pięć lat wcześniej było jednorazowym incydem i przejawem protestu przeciwko przemianom rynkowym a nie pozytywnym wyborem obywateli.

Z 18 jak już wspomniałem kandydatów, którzy zdołali zebrać 100 tyś. podpisów, PKW zarejestrowała jednak 17, gdyż dopatrzone zostały fałszerstwa list z podpisami, które złożył Bolesław Tejkowski. Tak więc ostatecznie w walkę o fotel prezydenta zaangażowały się następujące osoby (w nawiasach liczba złożonych podpisów)¹⁰²:

101 A. Dudek, *Historia...*, Kraków 2007

102 Zaokrąglone liczby podpisów za "Gazetą Wyborczą" z 29 IX 1995

Leszek Bubel	(115 tyś)	Leszek Moczulski	(120 tyś)
Hanna Gronkiewicz-Waltz	(200 tyś.)	Jan Olszewski	(111 tyś)
Lech Kaczyński	(123 tyś)	Waldemar Pawlak	(230 tyś)
Janusz Korwin-Mikke	(115 tyś)	Bogdan Pawłowski	(106 tyś)
Tadeusz Koźluk	(100 tyś)	Jan Pietrzak	(130 tyś)
Jacek Kuroń	(120 tyś)	Kazimierz Piotrowicz	(116 tyś)
Aleksander Kwaśniewski	(451 tyś)	Lech Wałęsa	(200 tyś)
Andrzej Lepper	(110 tyś)	Tadeusz Zieliński	(172 tyś)
Marek Markiewicz	(150 tyś)		

Podczas trwania kampanii wyborczej zrezygnowało czterech kandydatów zarejestrowanych w PKW: Marek Markiewicz, Bogdan Pawłowski, Leszek Moczulski (udzielili oni poparcia Wałęsie) a także Lech Kaczyński (on natomiast poparł Olszewskiego).

W wyborach prezydenckich w 1995 była tylko jedna niewiadoma, czyli kto będzie rywalem Aleksandra Kwaśniewskiego w drugiej turze, który był na pierwszym miejscu niemal w każdym sondażu.

Kwaśniewski bez problemu uzyskał poparcie SdRP dla swojej osoby. Na konwencji tej partii która odbyła się 13 maja za jego kandydaturą opowiedziało się aż 296 z 300 delegatów. Problemem Kwaśniewskiego chyba najpoważniejszym była kwestia poszerzenie elektoratu jaki posiadał (20-25%) tak by zwyciężyć w dogrywce. Dlatego celem jego akcji propagandowej było zatarcie historycznych podziałów społeczeństwa a także przekonanie osób niezdecydowanych że nie jest tylko i wyłącznie eksponentem interesów postkomunistów. Właśnie z tego względu uformowano hasło wyborcze Kwaśniewskiego, które brzmiało: "Wybierzmy przyszłość", natomiast kolorem dominującym był niebieski, który dominował na gadżetach i wszelkiego rodzaju materiałach, było to zaskakujące gdyż kolor ten nigdy wcześniej nie był wykorzystywany przez lewicę, wołała ona używać różnych odcieni czerwieni. Kampania lidera SdRP była (co przyznała większość ekspertów) sprawnie i zrećnie zorganizowana, mimo nie najlepszych wspomnień związanych z zatrudnianiem zagranicznym speców od reklamy politycznej i PR-u (przykładowo smutny przebieg

kampanii KLD z 1993r.), sztab podjął decyzję o zatrudnieniu jako konsultanta Jaquesa Seguena, który wcześniej doprowadził do reelekcji Francois Mitteranda. Kwaśniewski, który kampanię rozpoczął w pierwszych dniach czerwca, skupił się na podróżach po polskiej prowincji gdzie jak przedstawiały analizy było najwięcej osób niezdecydowanych. Trasa została opracowana w oparciu o dane z poprzednich wyborów parlamentarnych, a więc jeździł w te miejsca gdzie SLD zdobyło niezły wynik, zrezygnował natomiast regionów gdzie dominowały poglądy antykomunistyczne (na przykład nowosądeckie). Na spotkania w terenie również jeździli inni kandydaci, ale wszystkie były organizowane z mniejszym rozmachem.¹⁰³ Autobus wyborczy kandydata lewicy nazwany "Kwak" odwiedził blisko 150 miejscowości, w większości miasteczka małe w których przyjazd Kwaśniewskiego był ogromnym wydarzeniem , przykładowo 13 tys Parczewo, gdzie na spotkanie z nim przybyło 3 tys osób. Jego spotkania były dokładnie planowane przez miejscowe komórki SdRP a także jego sztaby wyborcze: przed każdym spotkaniem Kwaśniewski dostawał raport, który dotyczył problemów lokalnych, co ułatwiło mu rozmowę z wyborcami. Sporadycznie natomiast dochodziło do prób zakłócania jego wieców przez antykomunistycznych demonstrantów. Takie zdarzenie miało miejsce m.in. w Jastrzębiu, Lublinie, Stalowej Woli a także w Warszawie.

Kwaśniewski włożył dużo trudu by zdobyć poparcie młodych, nie zawahał się nawet wystąpić w teledysku grupy Top One, która specjalnie dla niego napisała utwór "Olek, Olek". Na jego wiecach kolportowano plakaty z jego wizerunkiem, był ubrany w sportową bluzę i miał ręce w kieszeni al'a James Dean, przygotowywane były również kalendarzyki, nalepki a nawet plany lekcji także z jego podobizną. Działania te spotkały się także z nieprzychylnymi komentarzami ze strony elit politycznych, ale były wyjątkowo skuteczne. Dobre efekty przyniosły również wizyty Kwaśniewskiego w solarium jak również przejście na dietę, dzięki której udało mu się zgubić ponad 7 kilogramów, odzyskując dzięki temu sportową sylwetkę. Natomiast w kampanii telewizyjnej główną rolę odgrywały sprawozdania z jego spotkań wyborczych. Pokazywanie Kwaśniewskiego na tle wiwatującego tłumu miało konkretny cel: wywołać wrażenie o masowym poparciu i powszechnej jego popularności.¹⁰⁴

W osiągnięciu ostatniego celu znaczenie miała wyraźna wygrana jaką Kwaśniewski odniósł w prawyborach które odbyły się we Wrześni 15 października. Zdobył wówczas aż 48.8%

103 A. Dudek *Historia...*, 2007

104 Tamże

głosów a jego najpoważniejszy kontrkandydat Lech Wałęsa jedynie 12.7%. Warto zaznaczyć że ten sukces Kwaśniewskiego poprzedziła aktywna kampania promocyjna trwająca dwa tygodnie, którą przeprowadziły lokalne komórki SdRP i niektórych członków SLD, natomiast Wałęsa nie zjawił się we Września nawet w dniu kiedy odbywało się głosowanie.

Dla Kwaśniewskiego bardzo ważne było z kim spotka się w dogrywce. Wynik prawyborów we Wrześni był także pomyślny bowiem dla Lidera SLD odpowiednim przeciwnikiem był właśnie Wałęsa. Ciekawych informacji na ten temat daje tekst Janiny Paradowskiej:

"Siemiątkowski [rzecznik kandydata - A.D] założenia generalne charakteryzuje tak dla wszystkich oczywiste, że Kwaśniewski może wygrać tylko w starciu z Wałęsą [...]. Ważne więc było czy Wałęsa wystartuje. Należało wolać głośno, i to robiono, że prezydent musi wystartować i poddać się wyborczej weryfikacji. A jednocześnie trzeba było zawsze swego rodzaju pakt o nieagresji. Siemiątkowski przyznaje, że takie sygnały wysłano do otoczenia Wałęsy."¹⁰⁵

Nie było więc przypadkowe to iż na okładce książki, która zawierała wywiad z Kwaśniewskim znalazło się m.in. jego fotografii z prezydentem, które podpisano tak: "Kandydat Lecha Wałęsy". W podobnym duchu wypowiedziała się wtedy szefowa jego sztabu wyborczego Danuta Waniek:

"Od dnia, kiedy Olek został naszym kandydatem [...] niezależnie od niskich notowań Wałęsy, byliśmy przekonani że w drugiej turze będziemy oglądać pojedynek Kwaśniewski - Wałęsa. [...] Od początku uważaliśmy, że Wałęsa pójdzie do wyborów, że jest to tylko kwestia dni, tygodni. Było dla nas jasne, że tak naprawdę to te wybory będą walką między dwoma symbolami"

Taki sam pogląd prezentowała większość prasy, która w znaczny sposób przyczyniła się do społecznego przekonania, że wybory będą starciem pomiędzy Wałęsą a Kwaśniewskim. Przeprowadzona przez Ośrodek Badań Prasoznawczych analiza największych dziewięciu polskich dzienników dowiodła iż na łamach prasy najczęściej wymieniano właśnie tych dwóch kandydatów. Spośród 1469 materiałów prasowych, które opublikowano pomiędzy 9 października a 5 listopada, o urzędującym jeszcze prezydencie wspomniano w 645 razy a o liderze lewicy 591. Następną na liście Hannę Gronkiewicz-Waltz wymieniono już tylko 389 razy a Jacka Kuronia plasującego się na czwartej pozycji 304.

¹⁰⁵ J. Paradowska, *A kolor jego jest niebieski...*

*"Zgodnie z wynikami naszych badań - piszą Paweł Planeta i Robert Chrabąszcz - zarówno najczęściej atakowanymi, jak i atakującymi, byli Wałęsa i Kwaśniewski. Obydwaj kandydaci najczęściej krytykowali się na wzajem."*¹⁰⁶

Wałęsa Lech kampanie rozpoczął startując z trudnej pozycji, Sondaże jakie były wówczas przeprowadzane (wczesna wiosna 1995) wskazywały, że elektorat prezydenta oscyluje wokół 5-10%. Z takim wynikiem Wałęsa nie miałaby najmniejszych szans na dostanie się do drugiej tury, ponieważ w tym samym czasie lepsze wyniki mieli wtedy m.in Jacek Kuroń czy Hanna Gronkiewicz-Waltz. Gdy światło dzienne w celach przeprowadzenia sondażu informacja o możliwości odroczenia wyborów o dwa lata (najbardziej za takim rozwiązaniem lobbował ambasador RP w Rosji Stanisław Ciosek), nie miały najmniejszych szans na realizację, Wałęsa uświadomił sobie że jednak będzie musiał stanąć do rywalizacji a zwycięstwo nie przyjdzie łatwo. Prezydent zagrożony widmem porażki zdecydował odzyskać utracony elektorat, to też podjął decyzję o ponownym ataku na SLD, które miało na celu dać do zrozumienia obywatelom, że nikt nie potrafi lepiej jak on przeciwstawić się dalszemu rozrastaniu komunistów. Pretekst do tego dał mu premier Józef Oleksy, który w wywiadzie dla "Niezawisimej Gazety" w kwietniu dał do zrozumienia że może wziąć udział w obchodach 50-lecia "Wielkiego Zwycięstwa nad hitlerowskimi Niemcami w Rosji".

*Innej oceny nie ma - dowodził premier - Są w Polsce ludzie skłonni traktować to zwycięstwo jako początek okupacji krajów Europy Środkowej. Poglądy takie reprezentują ci, którzy nie chcą pamiętać, jak wielka radość panowała w Polsce w 1945 r."*¹⁰⁷

Powyższa wypowiedź w sposób jasny uwidaczniała różnice jakie istniały w społeczeństwie Polskim na temat ocena narodzin PRL, i dała Wałęsie pole do ataku. Prezydent doszedł do wniosku, że wyjazd premiera do Moskwy zaszkodzi polskiej racji stanu, a o samym premierze powiedział:

"Nie powinien pozwolić, by w dalszym ciągu ktoś próbował nas rozgrywać i ktoś robił w Polsce Targowice. To jest Targowica, to jest ewidentna gra na podział... Jak długo będziemy Targowicą?. Jak długo pozwolimy, by nami w taki chłopięcy sposób zagrywano?"

106 „Zeszyty prasoznawcze" 1996, nr. 1-2, s. 88

107 „Rzeczpospolita" z 8-9 IV 1995 r.

Wałęsa zagroził także samemu Oleksu mówiąc: "*Ta sprawa nadaje się do Trybunału...w pewnym momencie to proponuję*"¹⁰⁸ Wałęsa zagroził także samemu Oleksu mówiąc: "*Ta sprawa nadaje się do Trybunału...w pewnym momencie to proponuję*"

Nawiązanie do silnych w Polsce nastrojów zagrożenia ze strony Rosyjskiej okazało się dobrym posunięciem, i począwszy od maja poparcie dla Wałęsy zaczęło wzrastać. Co interesujące nie zaszkodziło prezydentowi ujawnienie że podpisy dla niego zbierano z wykorzystaniem nacisków z "góry" - w wojsku a także w Nadwiślańskich jednostkach MSW. We wrześniu wg sondaży poparcie prezydenta wynosiło 16 % a w ciągu ostatniego miesiąca kampanii jego poparcie wzrastało ok 3%. W ostatnim tygodniu plasował się na drugiej pozycji z poparciem ok 29%. Wałęsa także poprawiał swoje notowania jeśli chodzi o wynik w możliwej drugiej turze. O ile w sierpniu wyraźnie tracił do Kwaśniewskiego (43% : 29%), to we wrześniu przewaga lidera SLD wyraźnie zmalała (38% : 32%). W badaniach przeprowadzonych przez CBOS z 6 - 7 października różnica pomiędzy obydwojema faworytami zmalała do kilku procent (41% : 37%), jeśli chodzi natomiast o wynik tydzień później to Kwaśniewski tracił do Wałęsy punkt procentowy (39% : 40%)¹⁰⁹

Jako przyczyny tak szybkiego wzrostu Wałęsy najczęściej podawano zakorzenienie w polskim społeczeństwie poglądu, że prezydent jest jedyną osobą która może wygrać z Kwaśniewskim i nie dopuści do tego by prezydentem była osoba wywodząca się z partii o korzeniach komunistycznych. Z badań CBOS z końca października wynikało że 22% przyszłych wyborców oddało by swój głos na urzędującego prezydenta tylko dlatego że widzieli go w drugiej turze.¹¹⁰

Na wzmocnieniu tego przekonania była skupiona była zresztą cała kampania kandydata, która była organizowana przez BBWR, Stronnictwo Narodowo-Demokratyczne, RdR Szeremietiewa oraz niektórych działaczy PL i ZChN. Ci wymienieni na końcu skupili się w partii "Inicjatywa 41" i byli w opozycji do władzy, nie godząc się przy tym na poparcie dla Hanny Gronkiewicz-Waltz. Po licznych kłótniach wewnątrz, poparcia Wałęsie udzieliła także NSZZ "Solidarność" co oznaczało porażkę Jana Olszewskiego, który zabiegał o ich wsparcie. Szefem sztabu Wałęsy został Jerzy Gwiżdż lider BBWR natomiast rzecznikiem Bogusław Kowalski (SND). Członkowie Bloku stworzyli też najliczniejszą 17 - osobową grupę szefów

108 "Polityka" z 29 IV 1995 r.

109 "Gazeta Wyborcza" z 23 X 1995 r.

110 CBOS, *Głosowanie "sercem" czy "rozumem" ? Wpływ sondaży na zachowanie wyborcze. Komunikat z badań*, Warszawa 1995

wojewódzkich sztabów wojewódzkich. W dziesięciu województwach sztabami przewodzili działacze z obozu Solidarnościowego, a w sierpniu osoby z "Inicjatywy 44", natomiast w pozostałych członkowie PL, RdR, SND.¹¹¹

Głównym hasłem prezydenta było - "Kandydatów jest wielu - Lech Wałęsa jeden". Sprawa programu została zepchnięta na drugi plan, natomiast podkreślano zasługi jakie miał w walce z komunizmem oraz uznanie jakim cieszył się w świecie ("Wałęsę zna cały świat") jak także podkreślano jego sukcesy jakie odniósł w polityce zagranicznej jako przykład podawano chociaż by usunięcie wojsk radzieckich. Popularności zasług i dokonań prezydenta służyła również seria zorganizowanych konferencji prasowych, które były mocno nagłośnione w mediach. Sam Wałęsa starał się zmienić przede wszystkim ukształtowany przez lata jego wizerunek jako osoby która jest skłócona ze wszystkimi, nie przebiera w środkach, jest pozbawiony zdolności do konstruktywnego działania i prowadzącego wyniszczające spory. Dlatego zaczął zapewniać że jego druga kadencja będzie się znacznie różnić od pierwszej a jej najważniejszym punktem będzie "gra zespołowa".¹¹² Próbował również złagodzić swój język i poprawić stosunki przynajmniej z niektórymi przywódcami prawicy, ponieważ ważne było ich poparcie w drugiej turze. Nie przypadkowo w październiku podał publicznie rękę Janowi Olszewskiemu, którego wcześniej nazwał "małpą z brzytwą", a nawet oględnie przeprosił go za to określenie. Olszewski co prawda się nie skusił ale niektórzy politycy np. z ZChN skorzystali z szansy powrotu do obozu prezydenta.

Dla Wałęsy korzystne było również wsparcie wpływowego Radia Maryja, zarządzane przez o. Tadeusz Rydzyka, który dość mocno krytykował innych kandydatów prawicy a przede wszystkim Hannę Gronkiewicz-Waltz. Jednak łagodniejszy język nie mógł dotyczyć rzecz jasna Józefa Oleksego i konkurenta Wałęsy do fotelu prezydenckiego Aleksandra Kwaśniewskiego, przypuścił on ostry atak na ich osoby przypominając czasy PRL. Zarzucił im działania na szkodę kraju jako przykład podając kontrowersyjną wizytę premiera w Moskwie, zbyt niskie nakłady na obronność jak również zablokowanie ratyfikacji konkordatu. Ważnym elementem w budowaniu swojego lepszego wizerunku było zdymisjonowanie ministra Wachowskiego, który do tego momentu miał bardzo dużo do powiedzenia, oraz rzecznika Spalinskiego. Pozbycie się w szczególności pana Wachowskiego z pewnością poprawiło to notowania prezydenta, lecz niestety nie udało się uniknąć spięcia pomiędzy

111 K. Kaszyński, J. Podgórski, *Ostatnie dni prezydentury Lecha Wałęsy. Jerzy Gwiżdż opowiada o kampanii wyborczej Lecha Wałęsy z 1995 r.*, Warszawa 1996, s. 65

112 A. Dudek, *Historia.....*, 2007

sztabem wyborczym Wałęsy a jego kancelarią, gdzie główną rolę odegrał minister stanu Andrzej Zakrzewski. W skutecznym przeprowadzaniu kampanii nie pomógł także spór Jerzego Gwiżdża z przewodniczącym Komitetu Wyborczego Jerzym Stępnem, który doprowadził do sytuacji, w której pierwszy pan zakazał drugiemu wejścia do siedziby sztabu wyborczego.¹¹³

Nadzieją na wejście do drugiej tury wyborów prezydenckich żył także kandydat wysunięty przez Unię Wolności Jacek Kuroń, który był liderem rankingu społecznego zaufania. Desygnowaniu jego kandydatury towarzyszyły liczne kontrowersje nawet wewnątrz jego własnej partii, w której prawe jej skrzydło zdystansowało się od jego osoby. Niechęć części Unitów do swojego kolegi była tak duża że jesienią 1995 roku Leszek Balcerowicz na forum publicznym ich upomniał, grożąc przy tym sankcjami statutowymi. Jednak groźby te nie podziałały, gdyż w kampanię Jacka Kuronia zaangażowała nie tylko część polityków z UW - poparcie dla niego deklarowało jedynie 35% elektoratu Unitów, dla porównania za Aleksandrem Kwaśniewskim było 75% osób popierających SLD.¹¹⁴

Kuronia zdziwiło poparcie Unii Pracy zadeklarowane Tadeuszowi Zielińskiemu na majowej konwencji wyborczej tej partii, ponieważ liczył na ich wsparcie, a okazało się że nie będzie jedynym kandydatem lewicy postsolidarnościowej.¹¹⁵ Wszystko to miało ujemny wpływ na kampanię Kuronia, nawet jej organizatorzy nie wierzyli do końca że ich kandydat odniesie sukces...

Najlepsze wyniki w sondażach Kuroń wypadł w maju oraz czerwcu, kiedy jego wynik oscylował wokół 15%. Następnie jego poparcie zaczęło znacznie spadać (do 6% w październiku), jednak zjazd ten powstrzymała jego determinacja, na ostatnim etapie kampanii oraz zdyscyplinowanie części inteligenckiej elektoratu UW.

Hasło wyborcze Jacka Kuronia brzmiało: "Kandyduje bo zmiany są konieczne", również jego dość obszerny program nazwany "Kontakt dla Polski", docierały do osób bardziej wykształconych, ponieważ tylko dla takich osób znaczenie mogła mieć propozycja o rozpoczęcie dyskusji programowej pomiędzy kandydatami.

113 A. Dudek, *Historia....*, 2007

114 K. Jasiewicz, *Wybory prezydenckie 1995 roku a kształtowanie się polskiego systemu partyjnego*, "Studia Polityczne" 1996, nr. 5, s.11

115 "Rzeczpospolita" z 9 V 1995 roku

W sondażach jakie przeprowadziło CBOS wśród wolnych zawodów w czerwcu i październiku Kuroń niezmiennie prowadził zdobywając odpowiednio 32 i 33% głosów¹¹⁶ Jednak niestety wizja prezydenta jako osoby, która jest mediatorem i animatorem różnych paktów społecznych (np. "Pakt na rzecz rozwoju wsi", "Pakt na rzecz rozwoju", "Porozumienie na rzecz rozwoju nauki i edukacji") a także programów (jak np. "Program dla rozwoju wsi"). Nie były dla przeciętnego wyborcy zbyt atrakcyjne, był to kolejny dowód niezdolności partii, która wypromowała Kuronia do wyjścia poza zmniejszające się grono inteligenckiego elektoratu.

Niezbyt ciekawa była także kampania kandydata Unitów w telewizji, o której z nutą rozgoryczenia pisał Marek Beylin:

"Pokazano nam dobrotliwego dziadunia, który opowiada sympatycznie, choć jak to często z dziaduniami bywa, nieco nudne historyjki. Nie było w tej opowieści odrobiny energii ani siły perswazji. Niegdyś irytowały mnie publiczne wystąpienia Tadeusza Mazowieckiego, który uporzecznie odmawiał sobie jakiegokolwiek przejawu temperamentu. Ale przedstawiono nam takiego Kuronia przy którym temperament Mazowieckiego wygląda jak wielka szarża kawalerii"¹¹⁷

Kampania przed pierwszym starciem o fotel prezydenta była dość spokojna. Skala wzajemnego oczerniania była ograniczona, a incydenty podczas spotkań kandydatów nieliczne. Próbę zorganizowania negatywnej kampanii podjęła się tak zwana "Inicjatywa 3/4" , która powstała w Krakowie a na jej czele stał Jan Rokita. Członkowie tej inicjatywy postawili sobie za cel zrobić wszystko by nie dopuścić do wygranej Kwaśniewskiego, uznali że przeciwne temu jest właśnie 3/4 Polaków. Zadeklarowali więc poparcie dla każdego kandydata wywodzącego się obozu postsolidarnościowego, który będzie w drugiej turze. "Inicjatywa 3/4" organizowała różnego rodzaju akcje propagandowe, które były wymierzone w postkomunistów, jako przykład takiego działania można podać wydawanie ulotek w formie kartki PRL-owskiej na mięso, które było opatrzone podpisem Kwaśniewskiego i jego główne hasło "Wybierzmy przyszłość". Jednak działania "Inicjatywy" zdały się na nic, jak twierdzili niektórzy krytycy takim zachowaniem nawet pomogli Kwaśniewskiemu.¹¹⁸

Pierwsze głosowanie odbyło się dnia 5 listopada 1995 roku., udział wzięło w nich 18 203 218 uprawnionych obywateli, czyli po przeliczeniu na procenty: 64,7%. Głosów nieważnych było

116 "Rzeczpospolita" z 21-22 X 1995

117 M. Beylin, *Dziennik kampanii wyborczej, Kłapa '95*, Warszawa 1995

118 A. Dudek, *Historia.....*, 2007

natomiast 330 868. Zatem więc jak widać frekwencja była trochę wyższa niż podczas wyborów w 1990 r. kiedy w turze pierwszej wskaźnik aktywności obywatelskiej wyniósł 60,6% uprawnionych. Biorąc pod uwagę frekwencję w pojedynczych województwach najwyższą odnotowano w : poznańskim (70,95%), leszczyńskim (70,51%), pilskim (69,15%), warszawskim (69,43%), bielskim (69,77%), gdańskim (68,51%), kaliskim (68,36%), rzeszowskim (67,17%), krakowskim (66,83) i w łódzkim (69,91%).

Potwierdziło to kolejny już raz że tereny Wielkopolski, dawnej Galicji, Pomorza Gdańskiego a także obszary miejskie wykazują się największą aktywnością obywatelską. Z kolei najniższe frekwencje odnotowano w województwach: opolskim (56,52%), ostrołęckim (59, 40%), skierniewickim (59,97%), suwalskim (59,11%), ciechanowskim (60,17%) i chełmskim (60,67%).

Wyżej wymienione województwa oprócz jednego zlokalizowane są w Polsce północno - wschodniej czyli na terenach dawnej Kongresówki. Tak niską frekwencję w województwie opolskim można wytłumaczyć faktem iż zamieszkuje tam liczna mniejszość niemiecka, która często wyjeżdżała gdyż posiadali podwójne obywatelstwo.

Wyniki głosowania wyglądały następująco:¹¹⁹

1. Aleksander Kwaśniewski	6 275 670 (35.11%)
2. Lech Wałęsa	5 917 328 (33.11%)
3. Jacek Kuroń	1 646 946 (9.22%)
4. Jan Olszewski	1 225 453 (6.86%)
5. Waldemar Pawlak	770 419 (4.31%)
6. Tadeusz Zieliński	631 432 (3.53%)
7. Hanna Gronkiewicz-Waltz	492 628 (2.76%)
8. Janusz Korwin-Mikke	428 969 (2.40%)
9. Andrzej Lepper	235 797 (1.32%)
10. Jan Pietrzak	201 033 (1.12%)
11. Tadeusz Koźluk	27 259 (0.15%)

¹¹⁹ „Rzeczpospolita” z 8 XI 1995 r.

12. Kazimierz Piotrowicz 12 591 (0,07%)
13. Leszek Bubel 6 825 (0.04%)

Pierwsza myśl jaka nasuwa się po przeanalizowaniu wyników jest taka iż widać ogromną różnicę w liczbie głosów jaka dzieli kandydatów na dwóch pierwszych pozycjach od pozostałych. Zdobyli oni więcej procent głosów niż dawały im sondaże przed wyborami co dowodzi że proces polaryzacji, postępował aż do dnia wyborów. Pierwsza lokata dla Aleksandra Kwaśniewskiego miała znaczenie psychologiczne i została przez jego sztab dobrze wykorzystana. Sam kandydat lewicy już w dniu kiedy odbywała się pierwsza tura rozpoczął starania o zdobycie nowych wyborców, przejawem tego była wizyta w sztabie Tadeusza Zielińskiego . Osoba kontrkandydata była biorąc pod uwagę duży negatywny elektorat najlepszym przeciwnikiem dla przywódcy lewicy. Sukces Lecha Wałęsy był bezsprzecznie mniejszy niż przed pięcioma laty, gdy zdobył 6 569 889 głosów i 39.96% poparcia, zajmując pierwszą lokatę wyprzedzając jednocześnie Stanisława Tymińskiego o ponad 16%. Znajdował się zdawać by się mogło w lepszej sytuacji jeśli popatrzymy o możliwość przejścia głosów przegranych kandydatów, ponieważ większość z nich była jednoznacznie antykomunistyczna, a także pochodzili z dawnego obozu solidarnościowego.¹²⁰

Spośród kandydatów którzy przegrali w pierwszej turze za sukces można uznać wynik uzyskany przez Olszewskiego. Przypomnijmy że kierowana przez niego Koalicja dla Rzeczypospolitej zdobyła w wyborach do parlamentu w 1993 roku zaledwie 2,7% głosów. Na wzrost jego poparcia wpływ miało niezadowolenie części elektoratu z tego jak rządzi SLD wraz z PSL-em a także to iż ludzie nie wierzyli już w antykomunistyczną retorykę Wałęsy. W zmianę prezydenta nie wierzył również sam Olszewski, który odmówił poparcia Wałęsy w drugiej turze, za to na bazie własnych komitetów wyborczych stworzył nową partię polityczną Ruch Odbudowy Polski "ROP". Sondaże z 1996 roku wykazywały że ROP w szybkim tempie awansował do grona jednej z największych polskich partii politycznych, przejmując równocześnie prawicową część elektoratu.

Trzecia lokata Jacka Kuronia nie była porażką ale nie można nazwać tego sukcesem jeśli weźmie się pod uwagę aspiracje środowiska z jakiego się wywodził. Zdobył co prawda więcej głosów poparcia aniżeli UD w parlamentarnych wyborach w 1993 roku - czyli 1 460 957

120 A. Dudek, *Historia...*, 2007

jednak jeśli połączymy głosy poparcia UD z KLD jest to znacznie mniej. Dla porównania Tadeusz Mazowiecki w wyborach pięć lat wcześniej (2 973 264 - 18.08%).¹²¹ Jego rezultat uznano za kolejny dowód na kryzys jaki panował w jego ugrupowaniu po stracie władzy w 1993 roku..

Wielką porażką można nazwać wynik Waldemara Pawlaka, którego ugrupowanie zdobyło ok 3 razy więcej głosów w 1993 roku niż on w prezydenckich, mimo niższej frekwencji. W zestawieniu z poprzednim kandydatem PSL Romanem Bartoszcze, który uzyskał 7.15%. Jednak rezultat jaki Pawlak zdobył nie zaszkodził mu zbytnio i zdołał utrzymać władzę w swojej parti. Zawdzięczał to głównie własnej zręczności oraz kryzys polityczny związany ze sprawą Józefa Oleksego. Pozwoliło mu to przetrwać najcięższy okres po wyborach..

Jeśli spojrzymy na wyniki jakie osiągnęli T. Zieliński i Hanna Gronkiewicz-Waltz były one gorsze od prognoz przed wyborczych nawet tych najbardziej pesymistycznych - dowiodły że "w naszym kraju nie można wykorzystywać wysokich apolitycznych stanowisk politycznych do rzucania się w wir polityki".¹²² Nie był to oczywiście główny powód porażki, tej należy się raczej upatrywać w nieudanej próbie stworzenia czegoś pośrodku Wałęsy i Kwaśniewskim (mówiąc prościej alternatywy dla nich).

Jeśli spojrzymy jak głosowali najmłodszy wyborcy (18-29) ponadprzeciętne rezultaty otrzymali: Jacek Kuroń (12.7%), Hanna Gronkiewicz-Waltz (4.6%), Janusz Korwin-Mikke (5.6%). Kwaśniewski zdobył 32.6% w tej grupie wiekowej a zatem mniej niż ostateczny wynik w pierwszej turze, najlepiej przywódca SLD wypadł w grupie osób głoszą między 40 a 49 rokiem życia, czyli wśród osób w swoim wieku. Natomiast Wałęsa uzyskał największe poparcie zdobył wśród osób powyżej 60 roku życia (42.3%) a także między 50 a 59 (37.3%), wśród najmłodszych wsparło go zaledwie 28.9%. Porównując elektoraty Kwaśniewskiego i Wałęsy, jeśli spojrzymy na miejsce zamieszkania możemy zaobserwować że kandydat lewicy zwyciężył w miastach małych (36.7% do 31.7%), w dużych ośrodkach (powyżej 100 tys. mieszkańców) lepiej wypadł Wałęsa (31.4% do 33.4%). Wieś głosowała niemal po równo na obu kandydatów. W miastach dużych dobre wyniki osiągnęli także: Kuroń (13.3%), Zieliński (4.6%), Korwin-Mikke (4.4%) i Gronkiewicz-Waltz. Na wsi w miarę dobre poparcie osiągnęli rzecz jasna przedstawiciele ludowi czyli Waldemar Pawlak (9.6%) i Andrzej Lepper (2.1%), jednak ciężko uznać to za sukces. Geograficznie Wałęsa najlepiej wypadł w

¹²¹ A. Dudek, *Historia...*, 2007

¹²² Tamże

południowo-wschodniej części naszego kraju i wschodniej a także na śląsku. W sumie Kwaśniewskiego pokonał w 16 województwach (wg. skali przewagi) : nowosądeckie (61.2% do 14.4%), tarnowskie, rzeszowskie, krakowskie, gdańskie, bielskie, krośnieńskie, łomżyńskie, przemyskie, warszawskie, opolskie, ostrołęckie, białostockie, siedleckie, wrocławskie i katowickie¹²³

Natomiast Aleksander Kwaśniewski najlepsze rezultaty osiągnął w północnej Polsce (prócz województwa gdańskiego) i na zachodzie, najlepsze wyniki uzyskał w następujących województwach: wrocławskim (52.0% do 21.5%), koszalińskim, gorzowskim, leszczyńskim, kieleckim, olsztyńskim, płockim.

Atmosfera między turami zaostrzyła się. Nie było co prawda fizycznych starć pomiędzy zwolennikami obu kandydatów, ale wzajemne oczernianie wzmożyło się. Ludzie ze sztabu Wałęsy i opowiadająca się za nim część środków masowego przekazu nagłośniły dwie sprawy, które kompromitowały przeciwnika, a ujawnione jeszcze przed turą pierwszą. Pierwsza związana była z kłamstwem Kwaśniewskiego , ponieważ zataił nieukończenie studiów. Złożył co prawda oświadczenie w kilku dokumentach, także we wniosku rejestracyjnym w PKW, że posiada on wyższe wykształcenie, ale nie wszyscy w to uwierzyli. Sytuację pogorszył sam Kwaśniewski, odpowiadając na pytanie pani Grażyny Dobroń dziennikarki III Polskiego Radia czy udało mu się obronić pracę magisterską, odparł "tak na Uniwersytecie Gdańskim"¹²⁴.

To samo powiedziała jego żona, zaraz po oświadczeniu władz Uniwersytetu że "nie ukończył uczelni". Kwaśniewski długo wmawiał ludziom że skoro zdał wszystkie egzaminy prócz magisterskiego (co także mijало się z prawdą) to ma wyższe wykształcenie. W związku z tym całym zamieszaniem ówczesny Minister sprawiedliwości Jaskiernia złożył wniosek do Trybunału Konstytucyjnego o zdefiniowanie pojęcie "wyższe wykształcenie", chociaż był on przez wiele lat wykładowcą akademickim nie powinien mieć co do tego żadnych wątpliwości. Drugim problemem Kwaśniewskiego była sprawa "Polisy", otóż okazało się że nie wpisał w swoim oświadczeniu majątkowym pakietu akcji swojej żony Jolanty Towarzystwa Ubezpieczeniowo-Reasekuracyjnego "Polisa" o wartości ok 0.5 mld starych złotych. Na

123 A. Dudek, *Historia...*, 2007

124 W. Bereś, *Czwarta Władza, Najważniejsze wydarzenia medialne III RP*, Warszawa 2000, s. 268.

dodatek obciążające były informacje że "Polisę" wspierały różne państwowe instytucje, jak również lista akcjonariuszy na której znajdowali się także przedstawiciele dawnej PZPR-owskiej nomenklatury wyższego szczebla..

Kwaśniewski nie pozostał bierny i odpowiedział na ataki Wałęsy, oskarżył go o niezapłacenie podatku od miliona dolarów, które otrzymał od amerykańskiej wytwórni filmowej "Warner Bros" w 1989 roku. W odwecie osoby ze sztabu wyborcze starali się skompromitować przeciwnika ujawniając sprawę Andrzeja Pastwy, oszust podał się za szefa komitetu wyborczego prezydenta, uzyskał od komendanta warszawskiej policji pomoc m.in organizacyjną. Sztabowi Wałęsy zarzucono także wysługiwanie się służbami specjalnymi, jednak nigdy tego nie udowodniono. Oskarżenia pod adresem Aleksandra Kwaśniewskiego były znacznie poważniejsze, lecz okazało się że dla społeczeństwa spolaryzowanego nie było to ważne, ponieważ zarzuty były po prostu traktowane jako propaganda (negatywna).

Sondaże, które przeprowadzono zaraz po pierwszej turze pokazywały minimalne różnice (1%-2%) w skali poparcia dla obydwóch. Z badań CBOS, które przeprowadzone zostały 9-12 listopada, mimo różnicy w granicy błędu statystycznego, ludzie byli przekonani że wygra w drugiej turze prezydent Wałęsa (55% ankietowanych), Kwaśniewskiemu przypadło 24% a 21% nie miało zdania. Sytuacja ta demobilizowała na wyborców niezdecydowanych (było ich ok. 10%), której bliżej było do Wałęsy.¹²⁵

Kluczem do wygranej Kwaśniewskiego było pozyskanie niezdecydowanych, a najlepszą metodą dotarcia do nich okazały się debaty w telewizji. Dobrze wyczuł to właśnie Kwaśniewski, który 5 listopada zaprosił Wałęsę do wzięcia udziału w publicznej dyskusji. W swoich "zapiskach sztabowych" Danuta Waniek zanotowała następującą informację - "Decydująca rozgrywka odbędzie się w toku debaty telewizyjnej Kwaśniewski - Wałęsa".¹²⁶ Po negocjacjach między sztabami podjęto decyzje o organizacji dwóch debat w telewizji w niedzielę 12 listopada i 3 dni później (15 listopada).

Debaty wzbudzały ogromne zainteresowanie opinii publicznej. W sumie obejrzało je 72% badanych a 16% widziało co najmniej jedną z nich. Kluczowe znaczenia miała debata niedzielna ponieważ jak mówi jedna z zasad "najważniejsze jest pierwsze wrażenie".

¹²⁵ *Preferencje w II turze wyborów przed debatami telewizyjnymi*. Komunikat z badań CBOS 1995 rok, s. 2-3.
¹²⁶ „*Kwach*”..., s. 140

Kwaśniewski w czasie jej trwania starał się przedstawić siebie jako człowieka "umiaru" i "kompromisu", oraz jako kandydata zgody narodowej, który zdolny jest sprawować urząd w imieniu większości społeczeństwa co było zgodne z jego hasłem jakie głosił w drugiej fazie kampanii : "Wspólna Polska". Można stwierdzić że Wałęsa nie przemyślał swojego zachowania i stworzył błędną taktykę, która miała dwa główne cele: antykomunistyczna retoryka miała ułatwić przejście elektoratu Olszewskiego równocześnie zdenerwować Kwaśniewskiego co zburzyło by jego "starannie wypielęgnowany wizerunek"¹²⁷

Niestety Wałęsie takie zachowanie nic nie dało, nie zrealizował żadnego z wyżej wymienionych celów. Wyborcy popierający Olszewskiego mieli żal do Wałęsy za to jak wcześniej prowadził politykę wobec formacji postkomunistycznych, by dać się przekonać w niezbyt wyszukany sposób a także styl ataku na Kwaśniewskiego. Kwaśniewski natomiast do końca pozostawał spokojny, bezwzględnie prezentując widoczne w rozmowie różnice w zachowaniu jego i Wałęsy. Prawdopodobnie wybuch złości prezydenta, który na końcu okazał się korzystniejszy dla Kwaśniewskiego, gdyż Wałęsa po prostu dał się sprowokować. Na samym początku dyskusji podczas niedzielnej debaty, lider SLD wstał i wręczył prezydentowi swoje oświadczenie majątkowe z dopiskiem "Jestem człowiekiem uczciwym i apeluję do prezydenta, by uczynił to samo co ja". Jak później mówił minister Zakrzewski:

"Kwaśniewski zaskoczył Wałęsę na samym początku, wręczając mu swoje oświadczenie majątkowe. To go zdenerwowało. Gdy ochłonął, powiedział nam, że powinien być przywitać się z Kwaśniewskim [...], a potem oddać mu oświadczenie i powiedzieć że jest prezydentem a nie szefem urzędu skarbowego"¹²⁸

Wałęsa nie zareagował odpowiednio szybko, a jeśli naprawdę dał się sprowokować gestem Kwaśniewskiego to był on warty fotelu prezydenta. Po debacie wściekły Wałęsa zareagował na możliwość podania ręki Kwaśniewskiemu powiedział: *"Ja to mógłbym panu najwyżej nogę podać"*

W drugiej debacie Wałęsa był opanowany, jednak nie udało mu się naprawić błędów popełnionych w pierwszej dyskusji. Jak pokazywały badania CBOS 76% osób oglądających debaty uznało iż Kwaśniewski przekonał ich do oddania na niego głos, 12% miało inne zdanie a reszta nie miała zdania.

127 A. Dudek, *Historia...*, 2007

128 „Gazeta Wyborcza” z 25-26 XI 1995 roku.

W przypadku Wałęsy wyglądało to zupełnie inaczej, 27% doszło do wniosku że Wałęsa ich przekonał, natomiast 54% uznało że ich odstraszył. Jeśli porównać obu to Kwaśniewski pokonał Wałęsę 68% do 15% (13% uznało że wypadli tak samo, a 45 nie miało zdania). Najgorzej Wałęsę oceniała najmłodsza część wyborców (przegrał 76% do 8% w gronie osób do 24 lat) a także ludzie z mniejszych miast. Negatywna ocena Wałęsy w debatach była także widoczna w tych regionach, gdzie poparcie miał duże i w ostatecznym rozrachunku pokonał Kwaśniewskiego np. w południowo-wschodniej części naszego kraju (66% negatywnych opinii do 17 zadowolonych). Znaczenie debat można docenić także jeśli weźmie się pod uwagę że po nich aż 12% osób zdecydowało się wziąć udział w drugiej turze.¹²⁹

Jak przedstawili analitycy debaty przyniosły wzrost poparcia dla kandydata SLD aż o 6 %, a były negatywna dla elektoratu Wałęsy co wiąże się także z jego strukturą. Wśród osób deklarujących poparcie prezydenta tylko 57% chciało to zrobić, gdyż uznawali go za dobrego kandydata; reszta kierowała się chęcią niedopuszczenia do zwycięstwa Kwaśniewskiego. Dla porównania 82% wyborców Kwaśniewskiego twierdziło że jest dobrym kandydatem. W tej sytuacji to prezydent był bardziej narażony na zniechęcenie do siebie w konsekwencji błędów jakie popełnił.¹³⁰

Wśród przyczyn, które pogarszały położenie prezydenta była także ordynacja wyborcza, która uniemożliwiła wzięcie udział w drugiej turze Polakom zza granicy. Tymczasem Wałęsa wśród nich cieszył się dużym poparciem.

Druga tura wyborów odbyła się 19 listopada. Aleksander Kwaśniewski zdobył w niej 9 704 439 głosów czyli 51.7% natomiast Lech Wałęsa 48.28% (9 058 176 głosów). Głosów nieważnych oddano 383 881. Frekwencja w przeciwieństwie do wyborów z 1990 zmalała (w drugiej turze) do 53.4% - wzrosła do rekordowego poziomu 68. 23%. Tak wysoki wskaźnik aktywności obywatelskiej stanowił dowód wysokiej emocjonalności społeczeństwa podczas wyborów. Warto także podkreślić że między obydwojma kandydatami była bardzo mała różnica, która wyniosła 636 263 głosów. Pięć lat wcześniej Wałęsa zwyciężył ogromną przewagą dystansując Tymieńskiego 74.3% do 38.7%. Jednak z punktu widzenia stabilności systemu demokratycznego rezultat ten nie był zbyt dobry, ponieważ obóz przegrany okazał się tylko nieco mniejszy od zwycięskiego.

129 A. Dudek, *Historia...*, 2007

130 *Zmiany preferencji wyborczych po debatach telewizyjnych - wyniki badania panelowego*, CBOS Warszawa 1995 ,s. 6-18

Kwaśniewskiego w wyborach poparła młodsza część społeczeństwa. Tylko wśród obywateli powyżej 50, najwyższy wynik uzyskał od osób powyżej 60 lat (58.5% do 51.3%). Lider SLD zdobył 53.1% poparcia od osób do 29 lat. Jeśli popatrzymy na poziom wykształcenia wyborców, Wałęsa zdobył głosy elektoratu z wykształceniem podstawowym (52.6%) i co ciekawe z wyższym (53.1%), natomiast lider SLD z zawodowym i średnim. Wałęsa zdobył poparcie większości mężczyzn (51.3%), a Kwaśniewski kobiet (50.6%).¹³¹

Jeśli chodzi o geograficzny obraz głosów był on podobny do tego z pierwszej tury. Do 33 województw w których Kwaśniewski zwyciężył w pierwszym pojedynku w dogrywce dołączyło do niego tylko jedno - siedleckie. Wałęsa utrzymał poparcie z pierwszej tury czyli wygrał w 15 województw. Ustupający prezydent najwyższe poparcie zdobył w województwie nowosądeckim (76.53%). Również Kwaśniewski ponownie najwięcej głosów uzyskał w województwie wrocławskim (69.98%).

Ciekawe wnioski na temat m.in poziomu orientacji politycznej można wyciągnąć z analiz OBOP-u, dotyczą one przepływu elektoratu, należy jednak pamiętać że dane odnoszą się jedynie do tych wyborców, z pierwszej tury, którzy mimo porażki oddali swój głos ponownie. Jednak nie jest jasne jaka część elektoratu kandydatów drugą turę zbojkotowała. Musiała to być jednak spora liczba osób, gdyż Kwaśniewski przechwycił jedynie elektorat Pawlaka (66.9%) i Tadeusza Zielińskiego (65.5%). Wałęsa przejął wyborców Olszewskiego (74.2%), Gronkiewicz-Waltz (72.8) także Korwina-Mikke (63.4%) i Kuronia (58.0%). Dużą rolę w zwycięstwie Lidera SLD odegrała wspomniana debata telewizyjna- ponieważ osoby które nie głosowały w pierwszej turze zdecydowali się tym razem pójść do urn i w większości 58.2% z 900 000 poparli właśnie Kwaśniewskiego.¹³²

Mimo negatywnych emocji, jakie towarzyszyły wyborowi prezydenta w 1995 roku, można uznać że generalnie mieściły się w ramach reguł dopuszczalnych w demokracji. Wątpliwości wzbudziła jednak kwestia podania przez Kwaśniewskiego nie prawdziwych danych, które dotyczyły jego wykształcenia. Przeciwnicy lidera lewicy złożyli więc rekordową liczbę 593 238 protestów wyborczych do Sądu Najwyższego. Jednak na nic to się zdało, ponieważ 9 grudnia Sąd Najwyższy uznał ważność wyborów. Tak zwane votum separatum zgłosiło 5 z 17 sędziów, którzy orzekali w tej kwestii do Izby Administracyjnej, Pracy i Ubezpieczeń

131 A. Dudek, *Historia...*, 2007

132 Tamże

Społecznych SN.¹³³ Został w ten sposób rozstrzygnięty formalnoprawny aspekt wyborów, pozostała jednak kwestia moralna całego tego zamieszania. Czy zatem był jakiś pozytywny aspekt tych wyborów??...Można za taki przykład uznać fakt że w drugiej turze nie było kandydata z tzw. folkloru politycznego, ale nie należy zapominać, że zdołali się jednak zarejestrować i publicznie wyrazić swoje poglądy za pieniądze podatników. Sukcesem procedury demokratycznej była przede wszystkim rekordowo wysoka frekwencja, mankamentem zaś minimalna przewaga, która mogła wzbudzać podejrzenia. Taki zestaw kandydatów jaki był w drugiej turze świadczył o "przepełnieniu Polski" i doprowadził do odnowienia starego sporu historycznego, co dawało dowód że nad naszym krajem nadal ciąży widmo PRL-u.

Warto podkreślić kluczową rolę telewizji w tych wyborach w 1990 umożliwiła wypromowanie się nikomu wcześniej nieznanemu Tymińskiemu a pięć lat po tym zdarzeniu emitując debatę pomiędzy Kwaśniewskim z Wałęsą, uwidoczniły negatywne cechy prezydenta, które zraziły część jego elektoratu, przekreślając jego szanse na reelekcje...

2.4. Wybory prezydenckie 8 październik 2000 roku

Po pięcioletniej kadencji Kwaśniewski nadal utrzymywał się na czele listy najpopularniejszych polityków, możliwe że była to zasługą jego talentu ale chyba także dzięki sprzyjającym temu okolicznościom. Na wysoką popularność prezydenta w opinii obywateli wpływ miała również ogromna popularność jego małżonki Jolanty, która prowadziła z pomocą powstałej w 1996 roku Fundacji na Rzecz Chorych Dzieci "Porozumienie bez Barrier", działania na terenie całego naszego kraju jak również na arenie międzynarodowej. Razem ze swoim małżonkiem stała się ulubionym bohaterem prasy w szczególności kobiecej, a nie które ich zachowania (jak np. pozowanie do zdjęć w XIX w. strojach arystokratów czy okazywanie związków z rodzinami królewskimi kilku europejskich krajów) sugerowały że znaleźliśmy się w monarchii elekcyjnej, co w Polsce nie było by nowością.¹³⁴

133 A. Dudek, *Historia...*, 2007

134 Niektóre wypowiedzi Jolanty Kwaśniewskiej w prasie kobiecej były szeroko komentowane, ponieważ daleko odbiegały od typowego wizerunku małżonki prezydenta. W 1998 roku opowiadała jak podarowała mężowi w rocznicę ślubu karmnik dla ptaków do złożenia: "Misternie zbił go i powiesił u nas na balkonie. Widziałam jak napięcie obserwował czy będą do niego

Spółczeństwu jednak nie przeszkadzał arystokratyczny styl życia jaki prowadziła para prezydencka. Jego symbolem były nie tylko wyszukane drogie kreacje pani prezydentowej i rozbudowa licznych apartamentów (w Wiśle, Juracie, Spale). Oczywiście wszystko to musiało sporo kosztować. Konsekwencją tego wszystkiego był wzrost budżetu Kancelarii Prezydenta, który w 2005 roku wyniósł 164 miliony złotych, ciekawostką jest fakt że była to kwota o 1/4 większa niż posiadał prezydent Francji. Wokół pary prezydenckiej wyrósł swego rodzaju polityczno-biznesowy dwór, gdzie toczyła się walka o dostęp do głowy państwa, którego pilnowali jego trzej najbliżsi współpracownicy - Marek Ungier, Marek Siwiec oraz Andrzej Gdula. Zaproszenie na urodziny Kwaśniewskiego (obchodził je w grudniu) stawało się wyróżnieniem, które wiązało się także ze sporym wydatkiem . Prezenty wręczane prezydentowi stawały się z czasem coraz droższe, choć sławę zdobył dopiero podarowany w 2002 roku obraz Wojciecha Kossaka, na który rzuciło się 218 ofiarodawców¹³⁵

Wszystko to nie przeszkadzało prezydentowi w podkreślaniu jego lewicowego pochodzenia. Nie zawadzało to także Polakom, którzy cały czas darzyli go wysokim poparciem, sięgającym w porywach nawet 80%. Symbolem dużego powiązania Kwaśniewskiego z SLD była inauguracja kampanii wyborczej, właśnie podczas niej prezydent powiedział: *"Nie odżegnawałem się i nie odżegnuję od moich związków z lewicą. (...) Życzliwie kibicuję polskiej lewicy, chce by miała szanse sprawnie pokierować krajem"* - mówił na początku drugiej kadencji i pozostał temu wierny¹³⁶

Gdy do władzy doszła centroprawica, Kwaśniewski dobrze ułożył sobie stosunki z nową władzą. Kiedy okazało się że nie uda się zdobyć bezpośredniego wpływu na ministrów poprzez często zwoływane Rady Gabinetowej, postanowił wycofać się i skupić tylko na polityce zagranicznej, a także na pełnieniu funkcji reprezentacyjnych, co oczywiście nie oznaczało że całkowicie odpuścił sobie zakulisowe wpływanie na niektóre sprawy państwowe. W spory z rządem premiera Buzka wchodził głównie w tych sprawach w których - jak podczas burzliwej debaty na temat liczby województw w Polsce, przez co mógł zyskać na popularności. Za Kwaśniewskim była także większość mediów. Jak ocenił znany redaktor Tomasz Lis - " Zdawał się być immunizowany na krytykę", a opisana w jego własnych wspomnieniach walka jaką stoczył w telewizji TVN, by móc wyemitować (we wrześniu 1999 roku) materiał o Kwaśniewskim, który zataczał się w Charkowie nad grobami polskich

135 red. J. Skórzyński, *System Rywina czyli druga strona III Rzeczypospolitej*, Warszawa 2003 r., s. 274; M. Dzierżanowski, *Sprzątanie po Kwaśniewskim*, "Wprost" z IX 2005 r.

136 Aleksander Kwaśniewski - po prostu lubię ludzi, s. 75-76

oficerów zamordowanych przez NKWD, dobrze pokazuje skalę wpływów jakie miał wtedy prezydent i jego ludzie.¹³⁷

Zadziwiająco duża jak na sytuację, w której w kraju rządziła centroprawica była także rola osób z otoczenia prezydenta w największych prywatyzacjach. Sondażowe poparcie prezydenta było tak duże, że najważniejszym problemem związanym z wyborami 2000 roku stało się to czy zwycięży w turze pierwszej czy będzie jednak dogrywka.

*"Przez całą kampanie - wspomniął Kwaśniewski - mieliśmy prowadzone własne badania socjologiczne. Wynikało z nich, że powinienem otrzymać od 52% do 55% procent głosów. Biorąc pod uwagę tzw błąd statystyczny, mogło okazać się, że ostateczny rezultat będzie poniżej 50%"*¹³⁸

Na to właśnie liczył lider AWS Marian Krzaklewski, który od kilku lat skrupulatnie i z wielkim zapałem szykował się do startu w wyborach prezydenckich. Ignorował jednak cały czas badanie socjologiczne, z których wynikało jasno że z nieprzychylnym mu elektoratem sięgającym 42% (przy 12% Kwaśniewskiego) nie ma raczej szans w pojedynku z urzędującym prezydentem.¹³⁹

Inna sprawa że od pewnego czasu Krzaklewski stał się zakładnikiem prezydenckich ambicji, ponieważ rezygnacja z kandydowania byłaby odczytana przez jego partyjnych przeciwników w AWS (liczba ich stale wzrastała) jako oznakę słabości i utratę prawa do przewodzenia Akcją. *"Jak nie będę kandydował na prezydenta wy mnie pozbawicie władzy"*- powiedział Janowi Rokicie, który namawiał go do zrezygnowania z uczestnictwa w wyborach.¹⁴⁰

Najwięksi krytycy Mariana Krzaklewskiego, skupili się w szeregach SKL, nie planowali czekać z atakiem na niego do momentu jego klęski wyborczej, uznali że będzie to równoznaczne z uruchomieniem autodestrukcji AWS. Dlatego wystąpili z propozycją przeprowadzenia prawyborów, w których wybrany miał być oficjalny kandydat AWS. Alternatywą dla Krzaklewskiego miał być długo milczący w tym temacie i do końca wahający się marszałek sejmu Maciej Płażyński, który miał umiarkowane poglądy polityczne a także nie był obarczony winą za błędy kierownictwa AWS, dlatego mógł zdobyć część

137 "W miejscu dla Polaków świętym, w miejscu gdzie pochowani byli polscy bohaterowie, polski prezydent zachował się niegodnie. Polskie media były na miejscu, a sądząc z relacji jakie w nich się znalazły" jakby ich nie było - oceniał ówczesny szef faktów TVN które jako jedyne mimo wahań właściciela stacji Mariusza Waltera - wyemitowały po kilku dniach nagranie z Charkowa. T. Lis, "Nie tylko fakty", Warszawa 2004, s. 206-207

138 Aleksander Kwaśniewski - Po prostu lubię ludzi, str. 22, Warszawa 2001

139 "Gazeta Wyborcza" z 2 VIII 2000 roku

140 *Alfabet Rokity,* Rozmawiali: Michał Karnowski i Piotr Zaręba, Kraków 2004, s.156

elektoratu który był niezdecydowany. W marcu 2000 rok wystąpił na zjeździe SKL, opowiadając się za prawyborami, co wzbudziło złość Krzaklewskiego, który gniewnie odpowiedział, wtedy też rozpoczął się konflikt między oba panami. Natomiast sam zjazd okazał się niekorzystny dla Krzaklewskiego ponieważ doszło podczas niego do zmiany przywódcy partii: Mirosława Stycznia, który przyjaźnił się z Krzaklewski zastąpił Jan Rokita, który dał się poznać jako zwolennik osłabienia pozycji w AWS polityków o pochodzeniu związkowym.¹⁴¹

Niezdecydowanie lidera AWS sprawiło że debata, dotycząca prawyborów trwała kilka miesięcy przez co pogłębiły się tylko podziały. Ostatecznie Krzaklewski mimo ostrzeżeń również ze strony NSZZ "Solidarność", zablokował prawyborów i w połowie kwietnia 2000 roku na zjeździe nr. II Ruchu Społecznego AWS, powiedział iż będzie startował w wyborach prezydenckich. Jego deklarację poparły wszystkie ugrupowania które wchodziły w skład Akcji jednak oprócz SKL, które postanowiło wstrzymać się od głosu. Stosunek do Krzaklewskiego był jedną z kwestii spornych w szeregach ZChN lecz ostatecznie na zjeździe tej partii w maju zwyciężyli zwolennicy kandydatury Krzaklewskiego, i wybrali na nowego prezesa Stanisława Zajęca. Pokonał Mariana Piłkę różnicą tylko czterech głosów.¹⁴²

Inny problem, który wiązał się ze zbliżającymi się wyborami prezydenckimi miała Unia Wolności. Gdy jej wydawać by się mogło murowany kandydat Leszek Balcerowicz (który był przewodniczącym tej partii) zrezygnował z ubiegania się o fotel prezydenta. Podobnie jak Balcerowicz zachowali się inni wpływowi politycy Bronisław Geremek i Tadeusz Mazowiecki, w Unii spierano się czy jest sens wystawiania własnego kandydata. Balcerowicz na początku próbował przekonać zarząd Unii do kandydatury Andrzeja Olechowskiego co jednak nie spodobało się etosowemu skrzydłu partii, która miała za sobą przeszłość w ROAD i UD m.in Jan Lityński, Jerzy Wierchowicz i Władysław Frasyniuk, w którym niektórzy z unitów widzieli najlepszego kandydata na prezydenta. Sam Olechowski także dość sceptycznie początkowo podchodził do tego by być kandydatem UW, wolał występować jako "kandydat obywatelski" czyli bezpartyjny. Dlatego najkorzystniejsza dla niego była by opcja uchylecia przez władze UW od wsparcia kogokolwiek. Gdyby tak się stało mógł liczyć jak wynikało z przeprowadzonych analiz opinii publicznej na ok 25-30 procent osób popierają Unitów czyli tyle samo co miał Kwaśniewski w tej grupie osób.¹⁴³

141 A. Dudek, *Historia.....*, 2007

142 „Życie” z 22 V 2000 r.

143 Rzeczpospolita z 26 IV 2000 roku.

Na końcu zarząd UW zarekomendował Radzie Krajowej 26 kwietnia 2000 roku by wycofać się z wyborów. Za taką opcją opowiedziało się 43 członków Rady, przeciw było 42. Jak głosiła uchwała w tej sprawie: *"Unia Wolności" nie utożsamia się z żadną z osób kandydujących na urząd prezydenta RP w wyborach roku 2000. Zachęcamy naszych zwolenników, by dokonali indywidualnego wyboru, kierując się programem Unii Wolności, zgodnie z osobistymi preferencjami i osądem sumienia*¹⁴⁴

Decyzja ta była początkiem początkiem głębokiego kryzysu wewnątrz partii, który po nie całym roku doprowadził do przegrupowań w centrum polskiej sceny politycznej.

W odróżnieniu od AWS i UW kłopotów z wyłonieniem kandydata nie było po lewej stronie sceny politycznej. W SLD poparcie dla Kwaśniewskiego nie podlegało dyskusji, a przywiązanie do lokatora Pałacu Prezydenckiego było tak duże że podczas kilku spotkań działaczy Sojuszu zaczęto się zastanawiać czy gdy skończy się jego druga kadencja w 2005 roku nie przeforsować kandydatury jego żony Jolanty. Poparcie dla lidera SLD wyraziła także Unia Pracy (po wewnątrz partyjnym referendum), co ukazywało zbliżenie się tej partii do SLD, a także połączenie sił w wyborach do parlamentu w 2001 roku. Porozumienie w tej sprawie podpisano 17 października 2000 r. czyli po wyborach prezydenckich. Dzięki porozumieniu obu ugrupowań Kwaśniewski na lewicy nie miał żadnego przeciwnika, trudno było nazwać poważnym konkurentem lidera - PPS Piotra Ikonowicza.

Również PSL nie miał żadnego problemu z wyłonieniem swojego kandydata na prezydenta. Podczas konwencji wyborczej, która odbyła się 2 maja 2000 roku w Warszawie, poparcie w głosowaniu tajnym liczbą 96 głosów (na 102 możliwe) otrzymał Jarosław Kalinowski (prezes partii). Liczba głosów poparcia wskazuje że jego pozycja była lepsza niż podczas wyborów w 1995 roku Waldemara Pawlaka.¹⁴⁵ Jednak Kalinowski miał trudniejsze zadanie niż jego poprzednik, musiał przede wszystkim udowodnić, że ma mocniejszą pozycje na wsi niż lider Samoobrony Andrzej Lepper, który po licznych blokadach dróg z początku 1999 roku uzyskał poparcie licznej grupy sfrustrowanych polskich rolników.

Główne zasady wyboru prezydenta nie zmieniły się. Nowelizacja ordynacji z kwietnia 2000 roku, dotyczyła także zasad finansowania kampania jej - łączny koszt jednego kandydata nie mógł przekroczyć 12 mln polskich złotych, także poddawano kandydatów procedurze lustracyjnej oraz kontroli ze strony PKW prawdziwość dokumentów kandydata w tym

144 „Gazeta Wyborcza” z 28 IV 2000 r.

145 "Rzeczpospolita" z 4 V 2000 roku

również - co było konsekwencją poprzedniej kampanii – wykształcenie.¹⁴⁶

W wyborach wystartowało 21 pretendentów lecz tylko 13 udało się zdobyć 100 tyś. podpisów a byli to:

Dariusz Grabowski	Piotr Ikonowicz
Jarosław Kalinowski	Janusz Korwin-Mikke
Marian Krzaklewski	Aleksander Kwaśniewski
Andrzej Lepper	Jan Łopuszański
Andrzej Olechowski	Jan Olszewski
Bogdan Pawłowski	Lech Wałęsa

Tadeusz Wilecki

Dużo emocji wywołały w pierwszej fazie kampanii sprawy oświadczeń lustracyjnych Kwaśniewskiego jak również Wałęsy, prawdziwość ich kwestionowały niektóre osoby ze świata polityka ale także media. Ostatecznie w sierpniu 2000 roku Sąd Lustracyjny w obydwóch przypadkach po przeprowadzeniu postępowania uznał je za prawdziwe. Kwaśniewski denerwował się także gdy mówiono że agent SB o pseudonimie "Alek" to może być on, twierdził także że źródłem tych informacji jest UOP, po czym zapowiedział że w przyszłości rozliczy winnych. W związku z całą tą aferą doszło do wymiany listów między prezydentem a szefem rządu, od którego żądał wyjaśnień na temat przecieków informacji z UOP do gazet. Ryszard Kalisz (który był szefem sztabu wyborczego Kwaśniewskiego) zadał pytanie na zorganizowanej konferencji prasowej czy szef sztabu Krzaklewskiego Wiesław Walendziak nie wykorzystuje UOP-u. Ten i jeszcze inne zarzuty (także rzekomego organizowania przez ludzi Kwaśniewskiego różnego rodzaju bojówek, które miały skonfrontować się z osobami popierającymi Kwaśniewskiego w Białymstoku). Walendziak w odpowiedzi na te wszystkie oskarżenia wniósł sprawę przeciwko byłemu prezydenckiemu ministrowi. Natomiast Sejmowa Komisja ds. Służb Specjalnych stwierdziła że UOP w sprawie lustracji Kwaśniewskiego nie złamał prawa, jednak dopuściła się uchybień, które polegały m.in na zbyt długim (trwającym ponad rok) zwlekaniu z odpowiedzią na pytania, które skierował do niego Rzecznika Interesu Publicznego.¹⁴⁷

146 Ujednolicony tekst *Ustawy o wyborze Prezydenta RP* wraz z komentarzem [...] "Rzeczpospolita" z 5 VI 2000 roku

147 E. Szwaczko, *Sukcesor*, Toruń 2001, s.152-153; P. Grzelak, *Wojna o lustrację*, s. 173-179, Warszawa 2005; G. Indulski, D. Wilczak, *On Kwaśniewski*, *Kulisy władzy*, Warszawa 2005, s.108-112

Hasło Kwaśniewskiego "Dom wszystkich Polska" odpowiednio oddawało charakter prowadzenia jego kampanii w której prezydent - z wysokimi wynikami sondażowymi (w niektórych nawet ponad 70%) - ustawił się jako dobrotliwy gospodarz kraju, który z dystansem patrzy na nie stanowiących dla niego zagrożenia oponentów. Prezydentowi zależało na zmobilizowaniu własnego elektoratu ponieważ powszechne było przekonanie o jego wygranej a to mogło by doprowadzić do absencji wyborczej mniej gorliwych jego zwolenników, a konsekwencją tego musiała by być przeprowadzona druga tura. Takiego zakończenia Kwaśniewski pragnął za wszelką cenę uniknąć, gdyż wtedy nie mógłby odmówić wzięcia udziału w publicznej debacie z przeciwnikiem którym prawdopodobnie (tak mówiły wtedy sondaże) byłby Andrzej Olechowski. Tak więc unikając zazwyczaj gestów populistycznych Kwaśniewski zdecydował się w sierpniu podczas wizyty na Suwalszczyźnie, głosić dość odważną (gdyż generowała duże koszty) propozycję ustanowienia renty socjalnej, dla części osób bezrobotnych, z regionów dotkniętych tą plagą.¹⁴⁸

Nie przypadkowo kampania Kwaśniewskiego mimo iż miał on dużą przewagę w sondażach była najdroższa i wedle sprawozdań - jego sztab wydał w całości przysługujący limit pieniędzy (jako jedyny), czyli 12 mln złotych. Prezydent odwiedził w czasie trwania kampanii 200 miejscowości, a w spotkaniach z nim udział wzięło ok 1.5 mln osób.¹⁴⁹ Nawet jeżeli te dane były lekko zawyżone, to i tak widać że Kwaśniewski walczył z rozmachem o pozostanie na fotelu prezydenta, a jego przeciwnicy mogli tylko o takiej marzyć.

Andrzej Olechowski jako pierwszy zdecydował się wystartować w wyborach (już w marcu 2000 roku). W większości sondaży plasował się na drugim miejscu, lecz z poparciem zaledwie kilkunastu procent i miał sporą stratę do Kwaśniewskiego. Był on jedynym kandydatem, który potwierdził swoją współpracę ze Służbami specjalnymi PRL-u, jak mówił pracował na Zachodzie, gdzie był pracownikiem organizacji międzynarodowej, i zbierał informację gospodarcze. Charakterystyczną cechą jego kampanii, prowadzonej pod hasłem "Przejdźmy do konkretów" było wzmacniające kandydata obywatelskiego żądania "ograniczenia nomenklatury partyjnej" oraz "izolacja polityki zagranicznej od partyjnych rozgrywek. Był jak pisano w jednej gazecie - "jedynym liczącym się kontrkandydatem obecnego prezydenta". Jednak bezbarwna kampania Olechowskiego, oraz brak pomysłu na skuteczne przeciwstawienie się prezydentowi. W sumie oprócz licznych prób namówienia go

148 A.K Piasecki, *Wybory Parlamentarne, samorządowe, prezydenckie 1989 – 2002* s. 154, Zielona Góra 2003

149 Aleksander Kwaśniewski - po prostu..., s. 3.

do debaty ("Chętnie bym się z prezydentem pokłócił o podatki") a także subtelne sugestie, które dotyczyły wykształcenia i otyłości prezydenta, Olechowski nie zrobił nic , by zmniejszyć stratę do Kwaśniewskiego.¹⁵⁰

Warto dodać że Olechowski miał na kampanie zaledwie 2 mln złotych czyli sześć razy mniej od prezydenta, jednak było to dość dziwne ponieważ wg. jego zeznania majątkowego był najbogatszym z kandydatów.

"Wiadomo było od samego początku, iż Marian Krzaklewski <źle wypada w mediach> - pisał już po wyborach szef sztabu wyborczego lidera AWS Wiesław Walendziak - ale dopiero porównawcze badania, które sztab prowadził na przełomie lipca i sierpnia 2000 roku, jaskrawo pokazywały skalę tego problemu, zwłaszcza na tle wizerunków jego głównych kontrkandydatów. Badania te, przeprowadzone na grupie reprezentującej elektorat prawicowy i centroprawicowy (czyli potencjalnych wyborców Mariana Krzaklewskiego!), wskazywały, iż zarówno Aleksander Kwaśniewski, jak i Andrzej Olechowski mieli bardzo pozytywny i spójny wizerunek <polityków z dużą klasą i obyciem>. (...) Krzaklewski tylko w jednej <konkurencji> uzyskiwał przewagę nad konkurentami - jawił się wyborcom jako polityk najbardziej skoncentrowany na własnej karierze..."¹⁵¹

W tej sytuacji ludzie ze sztabu Krzaklewskiego , którzy dysponowali budżetem w wysokości 10 mln złotych (był drugi co do wielkości), podjęli działanie, które miało na celu poprawę jego wizerunku. rozpowszechnili dość dziwne hasło - "Krzak - tak" a także wypuścili spot telewizyjny, który nawiązywał do filmu "Matrix". Równocześnie zdecydowali się na dwa inne posunięcia czyli: doprowadzenie do spolaryzowania sceny politycznej wokół uwłaszczenia jak również zastosowania na większą skalę negatywnej kampanii propagandowej.

Głównym hasłem lidera AWS było: "Bezpieczna przyszłość, rodzina na swoim", z jego inicjatywy i z pomocą PSL oraz małych kół prawicowych 14 lipca Sejm uchwalił ustawę o powszechnym uwłaszczeniu obywateli, przewidywało to m.in przekazanie obywatelom na własność mieszkań spółdzielczych oraz komunalnych, a po poprawkach Senatu również ogródków działkowych. Kwaśniewski jak wszyscy przewidywali zawetował ustawę , gdyż w jego ocenie była "prawnie zła, ekonomicznie niepoliczona i społecznie niesprawiedliwa", co wobec - braku wystarczającej liczny głosów do złamania veta prezydenta - otworzyło osobom

150 "Gazeta Prezydencka Andrzeja Olechowskiego", nr. 2, V sierpnia 2000 rok. Strona internetowa www.olechowski.pl

151 W. Walendziak, *Przed walką o parlament*, "Rzeczpospolita" z 17 kwietnia 2001 roku

popierającym Krzaklewskiego pole do ataku.¹⁵²

Jednak inaczej niż w 1990 roku okazało się, że efekt polaryzacji nie jest już tak bardzo silny i lider AWS nie zdobędzie zbyt dużej liczby głosów, obietnicą ponownego uchwalenia - po swojej wygranej - "ustawy uwłaszczeniowej". Wtedy sztab Krzaklewskiego zdecydował by bezpośrednio zaatakować prezydenta. Nie jest do końca jasne dlaczego Krzaklewski, który według przeprowadzanych wtedy sondaży plasował się także za Olechowskim nie starał się odebrać mu elektoratu. Był to taki sam błąd jaki popełnili ludzie T. Mazowieckiego z 1990 roku, który skupił się na Konfrontacji z Wałęsą a całkowicie pominął fenomen S. Tymińskiego i w końcu padł jego ofiarą.

22 IX 2000 roku w czasie trwania konferencji pasowej wyemitowano krótki film z wizyty prezydenta w Kaliszu w 1997, na którym widać jak zachęcał szefa BBN Marka Siwca by sparodiował Jana Pawła II. Minister Siwiec po wyjściu z samolotu wykonał gest, który przypominał udzielenie błogosławieństwa, następnie w odpowiedzi na pytanie Kwaśniewskiego "Czy minister Siwiec ucałował ziemię kaliską?", padł na kolana i pocałował trawnik porastający miejsce lądowania, co wywołało aplauz prezydenta. Ta "taśma kaliska" wraz z negatywnym komentarzem lektora "Czy człowiek, który publicznie obrażał Ojca Świętego, zasługuje na to, by reprezentować nasz kraj?". Taśma ta następnie była emitowana wielokrotnie w telewizyjnych programach wyborczych Krzaklewskiego. Pokazano także zdjęcia - prezentowane wcześniej tylko w TVN pokazano również pominiętą (celowo) przez telewizję publiczną wizytę pijanego prezydenta w Charkowie na cmentarzu polskich oficerów.¹⁵³

Nawiązano też do kłamstwa prezydenta na temat jego wykształcenia, co budziło wiele kontrowersji w czasie trwania kampanii w 1995 roku. Ponownie można było usłyszeć wypowiedź radiową Kwaśniewskiego, że zdał egzamin magisterski, jak również obejrzeć jego małżonkę, która składała deklarację podobnej treści.¹⁵⁴

Ludzie z obozu prezydenta próbowali początkowo zlekceważyć zarzuty oponentów, sugerując nawet, że zachowanie Siwca było przejawem sympatii do ziemi kaliskiej, ale gdy w mediach zaczęły nasilać się oburzenie (szczególnie ze strony kościoła) zmieniono taktykę: Siwiec

152 A. Dudek, Historia..., 2007

153 Kancelaria Prezydenta utrzymywała, że Kwaśniewski przed wizytą w Charkowie doznał kontuzji "goloni prawej" i brał w związku z tym bardzo silne środki przeciwbólowe. Dopiero w końcu 2005 r., w wywiadzie telewizyjnym udzielonym na koniec swej drugiej kadencji, Kwaśniewski przyznał, że był wówczas pod wpływem alkoholu, ale tłumaczył to faktem, że "ludzie na wschodzie są bardzo gościnni".

154 Telewizyjne audycje wyborcze Mariana Krzaklewskiego z IX i X 2000 r

oddał się do dyspozycji prezydenta (ten pozostawił go jednak na stanowisku szefa BBN) a sam prezydent w oględny sposób przeprosił za swoje zachowanie osoby które mogły poczuć się dotknięte.¹⁵⁵

"Po nadaniu taśm z Kalisza - oceniał postawę mediów Jakub Karpiński - prasa przyjazna Kwaśniewskiemu protestował przeciw kampanii negatywnej, sugerując, podobnie jak to robili przeciwnicy lustracji, że niewłaściwie postępuje ten, kto przypomina niewłaściwe postępowanie polityków. (...) Czasopisma nieprzyjazne Kwaśniewskiemu zwracały natomiast uwagę na patologię polskich środków przekazu przychylnych prezydentowi, które dysponując od trzech lat kompromitującym nagraniem, potrafiły ukryć zdarzenia świadczące o prezydencie i jego współpracownikach."¹⁵⁶

Okazało się jednak w ostatecznym rozrachunku "taśmy prawdy" jak je nazwała prasa, nie za bardzo zaszkodziły Kwaśniewskiemu. Według sondażu CBOS aż 83% badanych na tydzień przed wyborami że ich wyemitowanie w tv nie wpłynęło na decyzje wyborcze, a tylko 4% w konsekwencji (jak to nazwał abpa Józefa Życińskiego) nie zgłasza na Kwaśniewskiego.¹⁵⁷ W ocenie PBS odsetek wyniósł 10 %, co i tak nie przekreślało możliwości zwycięstwa Kwaśniewskiego i to w pierwszej turze. Z innych badań wynikało że głównym beneficjentem ataku Krzaklewskiego na prezydenta był Andrzej Olechowski. W niewielkim stopniu pomógł także Krzaklewskiemu rezygnacja 2 października z kandydowania Jana Olszewskiego, który poprosił swoich zwolenników o zagłosowanie na lidera AWS.

Na uboczu pojedynku, który toczył się między trójką Kwaśniewski - Krzaklewski - Olechowski, i na której koncentrowała się uwaga mediów i opinii publicznej, toczył się bój o głosy pomiędzy Jarosławem Kalinowskim (PSL) a Andrzejem Lepperem (Samoobrona). Ten ostatni po nieudanych próbach wzniesienia chłopskich protestów na dużą skalę, pokazał się w 2000 roku w telewizji przy okazji swoich kolejnych potyczek z wymiarem sprawiedliwości. Najpierw zorganizowano Lepperowi, który cały czas uchylał się od stawienia w sądzie na swoich licznych procesach - spektakl, który polegał na jego spektakularnym zatrzymaniu w blasku aparatów w Kudowie na przejściu granicznym. W otoczeniu dużej grupy dziennikarzy, Lepper, który miał na sobie koszulkę z godłem Polski przekroczył granicę i zażądał, by zakuli go w kajdanki, co policjanci oczywiście zrobili. Po sesji fotograficznej został odwieziony do aresztu, ale już za parę godzin, po interwencji jego adwokatów sąd w

155 E. Szwaczko, *Sukcesor*.. str.153 – 154, Toruń 2001

156 J. Karpiński, *Trzecia*....., str. 237-238

157 "Gazeta Wyborcza" 5 X 2000 r.

Łodzi, który nakazał go zatrzymać - wypuścił go na wolność. Następnie w sierpniu inny sąd z powodu nieustannej absencji oskarżonego wysłał za nim list gończy ale Lepper w areszcie przesiedział tylko 4 dni. Tym razem wypuszczono go na podstawie poręczenia.. jego sztabu wyborczego.¹⁵⁸

Liczne potyczki z wymiarem sprawiedliwości, wraz z jego wypowiedziami o "ludobójstwie ekonomicznym" jaki był w naszym kraju zniechęciły do niego dosyć spory wiejski elektorat. Wydaje się że skorzystał na tym bardziej Kwaśniewski niż Kalinowski, (którego hasłem w kampanii było: "Czas na zmiany"). Pierwszy raz w historii PSL podjął się trudnego zadania - chciał pozyskać elektorat z miasta

"W głównym klipie reklamowym - pisze o Kalinowskim Andrzej K. Piasecki - maszerował wraz z rodziną ulicami miast. Była to wyraźna zmiana wizerunku tego polityka, który wcześniej postrzegany był raczej jako ostro krytyk rządu i obrońca chłopów. Widocznie szef PSL uznał że na tym polu i tak nie przebije przewodniczącego "Samoobrony".¹⁵⁹

Wyniki głosowania, które odbyło się 8 października 2000 roku nie były dla nikogo szokujące. Kwaśniewski - na co wskazywała większość wcześniej przeprowadzanych sondaży - wygrał w pierwszej turze osiągając 53.9% głosów; następne miejsca zajęli: Andrzej Olechowski z 17,3 % poparciem, a na trzecim stopniu podium znalazł się Marian Krzaklewski zdobywając 15. 57%. A o to następne pozycje:

4. Jarosław Kalinowski	5.95%
5. Andrzej Lepper	3.05%
6. Janusz Korwin-Mikke	1.43%
7. Lech Wałęsa	1.01%
8. Jan Łopuszański	0.79%
9. Dariusz Grabowski	0.51%
10. Piotr Ikonowicz	0.22%
11. Tadeusz Wilecki	0.16%
12. Bogdan Pawłowski	0.10%

¹⁵⁸ A. Dudek, *Historia...*, 2007

¹⁵⁹ A. K. Piasecki, *Wybory*, str. 155

Frekwencja wyborcza wyniosła 61.12%, a zatem niewiele niższa niż w 1995 roku co potwierdzało fakt, że wybory prezydenckie budzą z racji że są najbardziej czytelne - największe zainteresowanie Polaków. Geografia gdzie najwięcej osób zrezygnowało z oddania głosu była podobna jak w 1995 roku: obszar byłego zaboru rosyjskiego oraz Opolszczyzna, natomiast najchętniej do urn poszły osoby mieszkające na terenie Wielkopolski i Małopolski. Kwaśniewski wygrał we wszystkich 16 województwach ale geograficznie zdecydowanie więcej głosów w Polsce zachodniej (65.83% w woj. lubuskim) i północnej (oprócz woj. pomorskiego) aniżeli na wschodzie gdzie w żadnym województwie nie zdobył ponad 50% (najmniej w województwie karpaccim - 39.34%). Jeśli chodzi o mapę poparcia dla Krzaklewskiego była przeciwnością tej, którą można było przypisać Kwaśniewskiemu.¹⁶⁰ Krzaklewski zajął drugą pozycję tylko w dwóch województwach wschodnich: podlaskim i podkarpackim (uzyskał tam 26.64%). Olechowski plasował się na drugiej pozycji w 13 województwach. Najlepszy wynik osiągnął tam gdzie dobre wyniki zdobywała Unia Wolności czyli w województwie małopolskim (23.81%) i w pomorskim (23.42%). Jarosław Kalinowski, który osiągnął troszkę lepszy wynik niż Pawlak w 1995 r. okazał się prawie dwukrotnie popularniejszy od lidera Samoobrony Andrzeja Leppera, drugą pozycję zajął tylko w batalionie PSL, mowa o woj. lubelskim. Jeśli przyjrzymy się strukturze elektoratu Kwaśniewskiego można stwierdzić iż nie wyróżniał się niczym szczególnym, stanowiąc odzwierciedlenie ogólnej struktury społeczeństwa. W większym stopniu poparł go osoby z wykształceniem średnim, w wieku od 40 do 59 lat. Wyborcy Olechowskiego byli nieco młodszy i zdecydowanie lepiej wykształceni, natomiast elektorat Krzaklewskiego przypominał w większości przekrój zwolenników Kwaśniewskiego, ale byli w większości osobami powyżej 60 roku życia, mniej natomiast było osób młodych (do 24 lat).¹⁶¹

Wśród wyborców AWS z 1997 roku tylko połowa zagłosowała na Krzaklewskiego, 25% zagłosowała na Olechowskiego. Temu ostatniemu udało się zdobyć poparcie elektoratu UW, zdobywając 64% z nich, natomiast prezydent 26%, a Marian Krzaklewski tylko 4%. Potwierdziło się że w walce o wyborców PSL głównym przeciwnikiem Kalinowskiego (61%) będzie Kwaśniewski (25%) a nie jak się niektórym wydawało Andrzej Lepper (7%). Najbardziej zdyscyplinowani byli wyborcy SLD, który zdecydowanie zagłosował za Kwaśniewskim (94%). Wśród wyborców UP prezydent otrzymał tylko 51% ,a jego głównym konkurentem był co było zaskakujące – Olechowski, który miał przecież poglądy liberalne,

160 A. Dudek, *Historia...*, 2007

161 Tamże

wsparcia udzieliła mu 1/4 wyborców UP z 1997 roku, którzy wzięli udział już w trzecich wyborach na urząd prezydenta.

Poziom niestabilności czy brak podstawowej orientacji politycznej części wyborców, najdobitniej przedstawia zachowanie części elektoratu ROP-u z 1997 roku. Tylko 23% z nich oddało swój głos - zgodnie z prośbą Andrzeja Olechowskiego - Mariana Krzaklewskiego. Więcej bo 25% zagłosowało na samego Olechowskiego, natomiast 17% Kwaśniewskiego.¹⁶²

Za osobę, która - oczywiście oprócz zwycięzcy - najbardziej mogła być zadowolona ze swojego rezultatu był Andrzej Olechowski. Chociaż był on rozczarowany faktem braku drugiej tury, ale nie zamierzał zmarnować tak dobrego rezultatu (głos oddało na niego ponad 3 mln roku). Właśnie ten rezultat, który był dwa razy lepszy od wyniku Jacka Kuronia w 1995 roku stał się problemowy dla Unii Wolności. Władze tego ugrupowania, które były ze sobą skonfliktowane (przyczyną sporu było była walka o prezesowskie stanowisku po Leszku Balcerowiczu) nie potrafiły przedstawić mu żadnej porządnej oferty. Etosowe skrzydło partii, które dominowało w UW nie dopuszczało możliwości uzasadnionego zachowania osób popierających UW w wyborach - w których właśnie Olechowski stanąłby na czele tego ugrupowania. Nie zdecydowano się także na dalej idącą koordynację działań Unii z nowo utworzonym przez Olechowskiego (w oparciu o komitety wyborcze) Stowarzyszeniem Obywatele dla Rzeczypospolitej jak także z SKL na którego przyciągnięciu bardzo zależało samemu Olechowskiemu¹⁶³. Padły za to dość lekceważące propozycje, m.in by Olechowski został senatorem z ramienia UW. Do konkretnych rozstrzygnięć doszło w czasie trwania kongresu UW 16 grudnia 2000 roku. Tego samego dnia , po kilku tygodniach walki jaka była prowadzona w ogniwach terenowych UW podczas wyboru kandydatów, na nowego przewodniczącego wybrano Bronisława Geremka, który zdobył 338 głosów i pokonał dość pewnie Donalda Tuska (261 głosów).¹⁶⁴

Walka o fotel lidera jaka toczyła pomiędzy dawnymi czołowymi działaczami UD oraz KLD przywróciła stary podział i uwidoczniła, iż mimo upływu lat (ok 6.) nadal utrzymywał się podział na tzw. "starych unitów" i "liberałów". Podczas wyborów do Rady Krajowej większość dawnych członków KLD została usunięta w cień przez tych pierwszych. Rozgorzał spór, który zmusił Donalda Tuska do odejścia, a wraz za nim poszła większa część liberałów z

162 "Rzeczpospolita" z 10 X 2000 r.; "Gazeta Wyborcza" z 12 X 2000 r.

163 A. Dudek, *Historia.....*, 2007

164 "Życie" z dnia 18 XII 2000 roku

Unii Wolności a także przeważająca liczba z kierownictwa Stowarzyszenia Młodych Demokratów - organizacji młodzieżowej tego ugrupowania.

Jak później stwierdził Donald Tusk w wywiadzie, który został opublikowany 11 stycznia 2001 roku - "Unia jest zdominowana przez aparat partyjny, który nie chce budowania dużego obozu politycznego", uzasadniając tak swoje odejście.¹⁶⁵

Dzień wcześniej wspólnie z Andrzejem Olechowskim oraz Maciejem Płażyńskim, który pełnił funkcje marszałka, Tusk ogłosił utworzenie nowego ugrupowania politycznego - Platformy Obywatelskiej (skrót PO). Powstanie tej partii bardzo zmieniło kształt ówczesny kształt centroprawicy w Polsce, w której - mimo utraty części popularności - wiodącą rolę odgrywały dwa ugrupowania polityczne: AWS i UW. Działacze obu partii ignorowali powstanie nowego ruchu, który borykał się z brakiem zaplecza organizacyjnego i nie dawano szans na długie trwanie. Wszystko zaczęło się jednak diametralnie zmieniać gdy sondaże zaczęły pokazywać że może to być dość znaczące ugrupowania, gdyż jak wówczas szacowano może osiągnąć poparcie rządu kilkunastu a nawet 20 procent. Wynik ten odzwierciedlał rozczarowanie sposobem rządzenia AWS (oraz UW), było tak duże że duża liczba obywateli o poglądach centrowych, zaczęła szukać nowej oferty i nie przeszkadzało im iż jej twórcami były osoby od lat aktywni na scenie politycznej.¹⁶⁶

Powyższym zdaniem warto zakończyć opisywanie kampanii. Warto podkreślić że mimo usilnych starań przeciwników Kwaśniewski odniósł miażdżące zwycięstwo. Wydaje się że duże znaczenie miał fakt że w czasie trwania jego kadencji rządziła lewica dlatego nie musiał zbyt wiele uaktywniać. Podobnie zachowywał się gdy do rządów doszła centroprawica, chociaż w tym wypadku częściej ingerował w pracę rządu...

Dość ciekawie ocenili jego rządy biskupi: "*Aleksander Kwaśniewski nie był prezydentem wszystkich Polaków*", tym samym nie zrealizował swojego hasła wyborczego, uzasadniając to mówią że zdecydowanie popierał tylko lewicę z SLD na czele, a z partią tą nie utożsamiała zdecydowana większość aczkolwiek odniósł sukces na arenie międzynarodowej i nie musieliśmy się go wstydzić. Jeżeli natomiast weźmiemy aspekt polityczno - moralny to okazuje się że jednak był prezydentem wszystkich nas - tak przynajmniej powiedział bp Gądecki. Podkreślił również że za jego kadencji relacje między państwem a Kościołem układały się dobrze, Kwaśniewski przyjmował Papieża jak również sam jeździł do Watykanu.

165 "Gazeta Wyborcza" z 11 01 2001 roku
166 A. Dudek, *Historia....*, 2007

Punktem spornym był jednak konkordat i to, że SLD skutecznie blokowało jego podpisanie.

Jeśli weźmiemy miejsce w Europie i w świecie jakie wtedy zajmowaliśmy, to prezydent Kwaśniewski nie popełniał rażących błędów i w wielu przypadkach jego działanie było korzystne dla ojczyzny. Zależało mu, żeby obraz Polski w świecie był pozytywny. Nie skompromitował nas, nie musieliśmy się go wstydzić -tak była opinia bp. Wielgusa. Nie znaczy to jednak że jego prezydentura była idealna. Jak zatem zauważa biskup ateizm Kwaśniewskiego jest obcy większości Polaków. - W aspekcie ideowym nie mógł się identyfikować z narodem polskim, a to miało skutki dla jego działalności w kraju. Wspierał dość intensywnie ruchy lewicowe, które często wysuwały propozycje nie do zaakceptowania przez Kościół - mówił płocki biskup. W podobnym tonie wypowiadał się bp. Nycz stwierdził iż Aleksander Kwaśniewski umiał reprezentować Polskę w kontaktach międzynarodowych. Ale miał skłonności ku jednej opcji było to aż nadto widoczne, czemu dał wyraz w ostatnich dniach w których pośpiesznie ułaskawił swoich kolegów - ocenia.¹⁶⁷

Bp Pieronek zauważył tzw "inklinację lewicową" prezydentury, ale także otwartość Kwaśniewskiego. - jak stwierdził był prezydentem, który chciał wprowadzić w Polsce porządek wyznaniowy. Było to na przykład widać w czasie, gdy pracował nad konstytucją, jak i pewnymi działaniami, które chroniły Kościół przed różnymi atakami. Uważał, że to była dobra prezydentura, a drugą kadencję miał najlepszą - podsumował.

¹⁶⁷ <http://ekai.pl/wydarzenia/x10391/biskupi-kwasniewski-nie-byl-prezydentem-wszystkich/>

2. 5. Wybory 9 październik / 23 październik 2005

Pierwszy raz w Polsce wybory do parlamentu oraz prezydenckie miały odbyć się w tym samym czasie. Data ich odbycia zależała od prezydenta Kwaśniewskiego (parlamentarne) i marszałka - funkcję te pełnił wówczas Włodzimierz Cimoszewicz (prezydenckie). Wydawało się że jedynym rozsądnym rozwiązaniem było ustalenie tej samej daty dla przeprowadzenia pierwszej tury wyborów prezydenckich oraz do parlamentu gdyż niższe koszty poniosło by społeczeństwo (organizacja wyborów to koszt kilku milionów złotych). Jednak takie rozwiązanie nie odpowiadało Kwaśniewskiemu, gdyż jak wynikało z sondaży gdyby przeprowadzić pierwszą turę wyborów prezydenckich dwa tygodnie po parlamentarnych (w których o zwycięstwo miały walczyć dwie partie : PiS oraz PO) , można by było przeciągnąć z pomocą argumentu o konieczności zachowania równowagi politycznej - część osób niezdecydowanych na lewą stronę. Dlatego rozwiązaniem powyższej kwestii było ustalenie daty wyborów parlamentarnych na dzień 25 września a prezydenckich na 9 (tura pierwsza) i 23 dzień (tura druga) października 2005 roku.

Ciekawe jest iż wybory parlamentarne, które miały być przeprowadzone w oparciu o ordynację wyborczą uchwaloną cztery lata wcześniej, odbywały się w cieniu walki o prezydenturę, chociaż z konstytucyjnego jak również politologicznego punktu widzenia był to paradoks gdyż w naszym systemie: parlamentarno - gabinetowym ważniejsze są wybory parlamentarne gdyż to od nich zależy układ na scenie politycznej. Polityka rządzi się jednak swoimi zasadami, dlatego nawet frekwencja wyborcza - jak zwykle wyższa w prezydenckich - pokazywała że dla większości obywateli, jak także polityków to właśnie to zdobycie fotela prezydenta było głównym celem politycznym, podporządkowano nawet temu kampanię parlamentarną. Ten stan rzeczy ułatwia również kolejność obu aktów wyborczych, to wszystko czyniło z wyborów do Sejmu i Senatu próbę generalną przed głosowaniem na prezydenta.¹⁶⁸

Jako pierwszy chęć kandydowania zgłosił Lech Kaczyński hasłem budowy IV Rzeczypospolitej. Postulat ten sformułował już w 1998 roku na łamach pisma "Debata" publicysta o konserwatywnych poglądach Rafał Matyja, a przypomniał w dyskusji jaką wywołała afera Rywina socjolog prof. Paweł Śpiewak. Jednak żaden z nich bliżej nie zdefiniował jak miał wyglądać koniec III RP. Jednak w swoim opisie zmierzali w podobnym

168 Antoni Dudek, *Historia Polityczna Polski 1989 – 2013*, Kraków 2013

kierunku: wzmocnienie państwa polskiego i ograniczenie nękających go patologii. Lech Kaczyński i kierownictwo PiS dostrzegli w idei zbudowania IV odbicie własnych postulatów sanacji państwa i uczynili z niego główne hasło w swojej kampanii.

Wkrótce po zgłoszeniu chęci kandydowania Lech Kaczyński zmienił na pierwszej pozycji w sondażach Zbigniewa Religę . Wyśmienite początkowo wyniki w sondażach Religi, podobnie jak dziennikarza Tomasza Lisa, wskazywały że Polacy byli gotowi oddać swój głos na kandydata bezpartyjnego (Tomasz Lis) lub na takiego dla wodzostwo partyjne nie było głównym źródłem popularności (mowa o Zbigniewie Relidze). Jednak Tomasz Lis jak także Jolanta Kwaśniewska nie zdecydowali się ostatecznie wziąć udziału w wyborach.¹⁶⁹.

Po całym tym zamieszaniu latem 2005 roku okazało się iż obywatele jednak wolą kandydatów wywodzących się z partii politycznych. PKW ostatecznie zarejestrowała w wyborach prezydenckich 16 kandydatów:

- | | |
|------------------------|---|
| 1. Henryka Bochniarz | 2. Marek Borowski |
| 3. Leszek Bubel | 4. Włodzimierz Cimoszewicz |
| 5. Maciej Giertych | 6. Liwiusz Iliasz |
| 7. Lech Kaczyński | 8. Jarosław Kalinowski |
| 9. Janusz Korwin-Mikke | 10. Andrzej Lepper |
| 11. Daniel Podrzycki | 12. Jan Pyszko |
| 13. Zbigniew Religa | 14. Adam Słomka |
| 15. Donald Tusk | 16. Stanisław Tymiński (co było sporym zaskoczeniem) |

W przypadku wyborów parlamentarnych zagadką była tylko kolejność na dwóch pierwszych miejscach (1.PO 2. PiS , 1.PiS 2.PO) oraz czy będą ze sobą tworzyć rząd, albowiem wydawało się że tak właśnie będzie gdyż wspólnie mieli by bezwzględną większość w Sejmie, to w przypadku prezydenckich jedyną pewną rzeczą była druga tura. W połowie czerwca 2005 roku wydawało się że głównymi faworytami byli: Zbigniew Religa i Lech

¹⁶⁹ Tomasz Lis zaczął być postrzegany w roli kandydata na urząd prezydenta po wydaniu książki własnego autorstwa pt. "Co z tą Polską". Sprzedała się ona w nakładzie 100 tys. a jego spotkania z czytelnikami przypominały wiecze wyborcze. W styczniu 2004 roku w "Newsweek Polska" opublikowany został sondaż. Wynikało z niego że Tomasz Lis mógłby zdobyć nawet 17% (lepszy wynik osiągnęła w nim tylko Jolanta Kwaśniewska). Zaskoczone tym sondażem kierownictwo stacji TVN, w której Lis pełnił funkcję szefa programu informacyjnego, wysłało go na urlop, co doprowadziło do jego transferu do konkurencji (Polsatu). T. Lis "Nie tylko fakty", Warszawa 2004 s.265-281

Kaczyński. Ostatni, który wyrażał wówczas raczej centrowe poglądy - postanowił że na tym etapie kampanii, którą prowadził pod hasłem "Silny prezydent - uczciwa Polska", zmarginalizować kandydatury narodowców i konserwatywnych prawicowców, jak na przykład Macieja Giertycha którego wspierała LPR czy Janusza Korwina-Mikke. Pewnie temu służył wydany przez Kaczyńskiego, który był wówczas prezydentem Warszawy zakaz zorganizowania w tym mieście Parady Równości (marszu przedstawicieli mniejszości seksualnych). Mimo jego zakazowi i tak parada ta odbyła się w połowie czerwca, lecz jak wynikało z badań PBS jego decyzję popierało 55% obywateli a przeciwnych temu wydarzeniu było tylko 34%.¹⁷⁰

Sytuacja w czołówce sondaży zaczęła zmieniać się z końcem czerwca, kiedy aktywniej zaczął działać Włodzimierz Cimoszewicz, jeszcze w maju mówił iż nie zamierza kandydować i wycofa się z polityki gdy zakończy się kadencja sejmu. Jednak za namową Aleksandra Kwaśniewskiego a także osób z SLD, dla których był jedyną deską ratunku 28 czerwca marszałek oznajmił, że zmienia zdanie i jednak będzie kandydował. Na czele jego sztabu wyborczego stanęła Jolanta Kwaśniewska - co było próbą wykorzystania jej cały czas dużej popularności.

Jako przewodnicząca komitetu zapewniła że "prezydentura Włodzimierza Cimoszewicza byłaby w tym duchu co mojego męża"¹⁷¹

Sondaże w Lipcu były dla Cimoszewicza, (który prowadził kampanie pod hasłem "Niech połączy nas Polska"), były nadzwyczajnie korzystne, ponieważ z wynikiem ponad 30% znalazł się na czele listy kandydatów, a jak przedstawiały prognozy odnośnie II tury miałyby w niej realne szanse pokonać Kaczyńskiego¹⁷² Wejście do gry Cimoszewicza sprawiło kłopot nie tylko Markowi Borowskiemu z SdPL, który mimo braku poparcia SLD uchodził za głównego przedstawiciela lewicy jak również dla centrowego Zbigniewa Religi, który w tym momencie zaczął tracić na popularności w sondażach.

Cimoszewicz nie był jednak zbyt długo na czele sondaży. 9 lipca złożył wyjaśnienia przed komisją orlenowską wniosek o wyłączenie 7 z 8 osób zasiadających w niej skarżąc się iż są oni stronnicy, następnym jego posunięciem była odmowa złożenia zeznania - nie zwracając uwagi na protesty Andrzeja Aumillera, który pełnił rolę przewodniczącego - pośpiesznie

170 "Gazeta wyborcza" z dnia 11-12 czerwca 2005 roku

171 "Gazeta Wyborcza" z dnia 30 czerwca 2005 roku.

172 Rzeczpospolita z dnia 19 lipca oraz 7 października 2005 roku

opuścił salę obrad. Ta dobrze przygotowana demonstracja miała przedstawić Cimoszewicza jako kandydata twardego, lecz nie za bardzo spodobała się społeczeństwu i została oceniona negatywnie przez większość zapytanych o tą sytuację obywateli. Gdy 30 lipca Cimoszewicz stanął jednak przed komisją, przyznał że popełnił błąd w swoim zeznaniu majątkowym za rok 2002, ponieważ nie umieścił w nim posiadanych akcji PKN Orlen, które warte były ponad pół miliona złotych, które zakupił za pieniądze otrzymane od córki, która przebywała wówczas w USA¹⁷³

Natychmiast po jego oświadczeniu pojawiła się fala spekulacji, które dotyczyły przede wszystkim czy proceder ten był legalny, jednak przesłoniło to oświadczenie jakie złożyła jego była asystentka Anna Jarucka. Twierdziła iż otrzymała od Cimoszewicza upoważnienie na piśmie (prezentując jego ksero) do zmiany treści jego majątkowego oświadczenia i usunięciu informacji o akcjach PKN Orlen. Jarucka trafiła do Konstantego Miodowicza, który był członkiem komisji orlenowskiej za pośrednictwem byłego wiceministra spraw wewnętrznych i oficera służb specjalnych Wojciecha Brochwicza. Ponieważ Miodowicz także pracował kiedyś w UOP, sztab Cimoszewicza na czele z Tomaszem Nałęczem oskarżył o prowokację służby specjalne, które współpracowały z PO.

Powody zachowania Jaruckiej która posunęła się do sfalszowania faksymile podpisu Cimoszewicza, nie zostały dokładnie wyjaśnione. Sam pan Włodzimierz Cimoszewicz zasugerował, że mogła to być zemsta za to że odmówił jej załatwienia wyjazdu wraz z mężem na placówkę zagraniczną, jako dowód potwierdzający jego słowa zaprezentował list jaki wysłała mu Jarucka, w którym prosi go by wyraził poparcie w tej sprawie.

O wiele bardziej znaczące okazało się ujawnienie w drugiej połowie sierpnia , że gdy Cimoszewicz był ministrem spraw zagranicznych złożył w Kancelarii Premiera trzy oświadczenia majątkowe za rok 2001, co ciekawe w żadnym nie było zamieszczonych informacji o posiadanych przez niego (pechowych) akcji PKN Orlen. Na dodatek w pierwszym z nich (ze stycznia 2001 roku)- nie umieścił także informacji że posiada także akcje BMC. Informacje te w połączeniu z zarzutami części prasy, iż transakcje giełdowe Cimoszewicza (szczegółów mimo szumnych zapowiedzi nie przedstawiono) były niezgodne z polskimi ale również amerykańskimi przepisami i nadszarpane wiarygodność kandydata lewicy , który kierował się jako jej sumienie.¹⁷⁴ Problemy Cimoszewicza oraz urlop Lecha

173 "Gazeta Wyborcza" z dnia 1 sierpnia 2005 roku

174 "Gazeta Wyborcza z 17, 27-28 oraz 30 sierpnia 2005 roku; "Rzeczpospolita" z 20-21 oraz 24 i 25 sierpnia 2005 roku.

Kaczyńskiego doprowadziły do zmiany w sondażach, które zostały przeprowadzone w połowie sierpnia. Na miejscu pierwszym znalazł się Donald Tusk, który z początkiem tego samego miesiąca pojawił się w Grodnie i spotkał się z lokalnymi przywódcami mniejszości narodowych, które zostały represjonowane przez reżim Łukaszenki. Następnie porozmawiał z przywódczynią CDU Angelą Merkel i kandydatką z ramienia tego ugrupowania na kanclerza co podbudowało jego wizerunek, jako polityka, który angażuje się w obronę polskich interesów na międzynarodowej arenie. W sierpniu wystartowała również wielka kampania reklamowa kandydata Platformy Obywatelskiej. Cały kraj zasypyany został wielkimi billboardami na których widniał napis "Prezydent Tusk - człowiek z zasadami". Efektem tego wszystkiego było coraz większa przewaga nad Lechem Kaczyńskim, a proces ten wzmacniała także rezygnacja kolejnych kandydatów na fotel prezydenta. Na początku września wycofał się Zbigniew Religa, który był coraz bardziej sfrustrowany malejącym poparciem. Dlatego udzielił poparcia właśnie Tuskowi (został nawet przewodniczącym jego komitetu honorowego). Za Donaldem Tuskiem opowiedział się również Lech Wałęsa oraz wiele znanych osób takich jak : Joanna Brodzik, Krzysztof Hołowczyc, Urszula Sipińska i Tomasz Sztokinger.¹⁷⁵

Największe poparcia dała Donaldowi Tuskowi jednak dosyć niespodziewana rezygnacja Włodzimierza Cimoszewicza, który swoją decyzję uzasadniał w następujący sposób: "*W proteście przeciwko deprawowaniu obyczajów w Polsce przez część polityków i część dziennikarzy rezygnuję z udziału w wyborach*" - powiedział 14 września , co zdziwiło organizujących jego kampanię polityków SLD.¹⁷⁶ Później Cimoszewicz przyznał "*Obserwowałem nastroje społeczne. Moje notowania słabły. Czyli wielu ludzi uwierzyło (...). Te procesy spadkowe w sondażach mają dużą bezwładność. Można je oczywiście odwrócić - zręcznie grając albo wydając straszliwie dużo pieniędzy. Ja miałem ich dziesięć razy mniej niż moi rywale. Mogłem więc skończyć na czwartym miejscu*".¹⁷⁷ Jednak chyba to nie pieniądze były przyczyną wycofania się Cimoszewicza , choć prawdą pozostaje że najwyższe budżety mieli Lech Kaczyński i Donald Tusk (odpowiednio 13 493 239 mln i 14 260 428) oraz nawet Henryka Bochniarz (6 058 824 mln). Aczkolwiek ważniejsza okazuje się bowiem była mała odporność psychiczna kandydata, który chyba nie bardzo mógł pogodzić się z

175 A. Dudek, *Historia...*, 2013

176 "Rzeczpospolita z dnia 15 września 2005 roku. W przeprowadzonych błyskawicznie po ogłoszeniu rezygnacji sondażu, 39% badanych uznało, że Cimoszewicz wycofał się "bo bał się ujawnienia swoich kolejnych oszustw", natomiast tylko 25% uznało, że "padł ofiarą fałszywych oskarżeń", "Gazeta Wyborcza" z 15 września 2005 roku.

177 *Ja nie trzaskam, ja wychodzę*. Z Włodzimierzem Cimoszewiczem rozmawiali Teresa Torańska i Mariusz Burchart z "Duży Format" (dodatek do "Gazety Wyborczej") z dnia 20 lutego w2006 roku

utrata pierwszej pozycji w sondażach i nie miał konkretnego pomysłu, jak odzyskać utracone punkty procentowe. Po jego rezygnacji lewicowi wyborcy mogli co prawda zagłosować na Marka Borowskiego, który prowadził swoją kampanię pod hasłem "Prawy człowiek lewicy" lub na Andrzeja Leppera ("Człowiek z charakterem") lecz żaden z nich nie miał najmniejszych szans dostać się do drugiej tury wyborów.¹⁷⁸

Dlatego też duża część lewicowych wyborców, która nie chciała by ich głos poszedł na marne, a zarazem była zaniepokojona możliwością zwycięstwa Kaczyńskiego, podjęła decyzję że poprą Donalda Tuska. Tak właśnie myślał Aleksander Kwaśniewski, który po rezygnacji Cimoszewicza oświadczył że Tusk zapewne będzie w jakimś stopniu kontynuatorem jego prezydentury.

Wzrost popularności w sondażach Donalda Tuska był tak duży, że w połowie września poparcie dla niego oscylowało ok 50%. Dziennikarze jak również socjologowie zaczęli zatem zastanawiać się czy nie zwycięży w pierwszej turze. Razem ze wzrostem poparcia dla Tuska w górę poszły również notowania Platformy Obywatelskiej - w połowie września było to ok 30%, ale po piętach deptało jej PiS.

Gdy ludzie Kaczyńskiego przygotowywali taktykę na walkę z Cimoszewiczem, zakładali polaryzację wyborców w oparciu o kryterium emocjonalne i historyczne¹⁷⁹. Lech Kaczyński miał reprezentować w takiej konfiguracji solidarnościowej, natomiast Cimoszewicz - PRL i postkomunistów. Zastosowanie takiego zabiegu wobec Donalda Tuska było rzecz jasna nie możliwe, ponieważ podobnie jak Kaczyński, wywodził się z obozu. Dlatego też ludzie Kaczyńskiego wśród których najwięcej do powiedzenia mieli dwaj europosłowie Adam Bielan i Michał Kamiński - postanowili że zaczną wyróżniać Kaczyńskiego za pomocą haseł socjalnych¹⁸⁰

Przed Polską stoi alternatywa Polski liberalnej i Polski solidarnej" - mówił 1 października na wiecu w Gdańsku Lech Kaczyński - następnie wyjaśnił:

"Są dwa odrębne programy, z których pierwszy to program Rzeczypospolitej dla bogaczy. To

178 A. Dudek, Historia....., 2013 r

179 Tamże

180 Po tym jak się Cimoszewicz wycofał - wspomina Ludwig Dorn- odbyliśmy spotkanie. Na nim z Michałem Kamińskim, niezależnie od siebie, sformułowaliśmy propozycje podziału Polska liberalna - Polska solidarna", A Łukasiak, A. Rybak *Ludwig Dorn. Rozrachunki i wyzwania*, Warszawa 2009, s.152 Natomiast Jarosław Kaczyński pisze że gdy Michał Kamiński "opowiada że to on wymyślił podział na Polskę liberalną i solidarną, to albo się chwali bez podstaw, albo tego pomysłu nie przekazał, ponieważ pisząc przemówienie (...) sam na to wpadłem", J. Kaczyński *Polska naszych marzeń*, Lublin 2011, s.174

projekt, który jest mniej lub bardziej istotną korektą obecnego układu, to projekt, który my uznajemy za niebezpieczny. Drugi projekt - Polski solidarnej, szuka swoich korzeni w wielkiej potrzebie wspólnoty, która moralnych początków szuka w Sierpniu 80 roku".

Kaczyński postanowił wykorzystać iż Tusk identyfikuje się jako liberał, co w kraju nie było dobrze postrzegane. *"Można w Polsce stwierdzić - do końca życia będę liberałem. Ja natomiast mogę powiedzieć że do końca życia będę człowiekiem, który chce pomagać innym, człowiekiem, który walczy o Polskę niepodległą i sprawiedliwą. Do śmierci też będę katolikiem"* - mówił Kaczyński¹⁸¹

Ostatnie zdania było aluzją do Tuska, który przyznał kiedyś że do Kościoła katolickiego zbliżył się dopiero w czasie żałoby po śmierci Jana Pawła II gdy po ponad dwudziestu latach małżeństwa cywilnego wziął także kościelny.

4 października decyzję o rezygnacji podjął Maciej Giertych (LPR), który jasno nie namawiał swoich zwolenników (ok 2%) by poparli Kaczyńskiego , ale jasne było że dla większości z nich lepszym kandydatem na prezydenta był kandydat PiS a nie PO. Wydarzenie to umocniło wysokie poparcie dla Kaczyńskiego, który był widoczny od trzeciej dekady września wtedy też zaczęło zmniejszać się popularność Tuska .

9 października 2005 roku odbyła się pierwsza tura wyborów. Frekwencja była rekordowo niska wyniosła zaledwie 49,74%. Zwyciężył w niej Donald Tusk, na którego zagłosowało 5,43mln obywateli (36,3%). Na drugiej pozycji uplasował się Lech Kaczyński 4,94 mln (33,10%), natomiast trzecia pozycja przypadła Andrzejowi Lepperowi, który zdobył o prawie milion głosów więcej niż dwa tygodnie wcześniej jego Samoobrona (15,11%). Czwartą lokatę zajął Marek Borowski (10,33%), potwierdzając iż podobnie jak Lepper, jest popularniejszy od swojej partii. Następne miejsca zajęli kandydaci, których procenty jakie zdobyli dobitnie uwidaczniały iż znajdują się oni niestety na marginesie polskiej sceny politycznej, przy czym o ile dla Janusza Korwina-Mikke (1,43) nie było to chyba duże zaskoczenie, to już dla Jarosława Kalinowskiego (1,8) oraz Henryki Bochniarz (1,26), którą popierała Partia Demokratyczna uzyskane rezultaty, trudno nazwać inaczej jak upokarzającą klęskę¹⁸²

Nie duża przewaga Donalda Tuska jaką uzyskał w pierwszej turze, okazała się

181 "Gazeta Wyborcza" z 3 października 2005 rok

182 Reszta kandydatów z politycznego zaścianka, uzyskali dużo poniżej 1%, a zarazem mniej niż 100 tys podpisów, które dały możliwość startu w wyborach. Byli to w kolejności Liwiusz Ilasz (0,21%), Stanisław Tymiński (0,16), Jan Pyszko (0,07%) i Adam Słomka (0,06%) Daniel Podrzycki, który również kandydował zginął w wypadku samochodowym 24 września 2005 roku. Wyniki wyborów podano na podstawie informacji PKW ze strony: www.pkw.gov.pl

niewystarczająca, by przystopować wzrost poparcia dla Kaczyńskiego, na dodatek o jego poparcie zaapelowali do swoich wyborców Andrzej Lepper oraz Jarosław Kalinowski. Donalda Tuska poparł natomiast Marek Borowski, który powiedział że odda na niego swój głos w drugiej turze *"jeśli ten niczym go do siebie nie zrazi"*, oraz Henryka Bochniarz. Co ciekawe sojusznikiem Tuska były także ośrodki badania opinii publicznej, które prognozowały że zwycięży, co wbrew - późniejszym zarzutom niektórych polityków PiS - zapewne nie wynikało z ich stronniczości, lecz z opisanego już kilkakrotnie przez wielu socjologów i politologów mechanizmu, który polega na ukrywaniu przez ankietowanych prawdziwego wyboru jeśli inaczej przedstawiają to środowiska opiniotwórcze. Te ostatnie wyraźnie popierały Tuska. Z badań Instytutu Badania Opinii Rynku mentor na zlecenie tygodnika "Wprost" wśród ponad 200 dziennikarzy z mediów ogólnopolskich, prawie 77% zagłosowało w turze drugiej na Donalda Tuska, natomiast na Lecha Kaczyńskiego tylko 11%. Lepiej do niego odnosiła się także większość przebadanych przez GfK Polonia.¹⁸³ Kilka debat jakie lider PO i przywódca PiS przeprowadzili w różnych stacjach TV, nie przyniosło - także przez dużą ich liczbę - wyraźnej wygranej żadnemu z nich. Raz lepiej wypadł Tusk w innej natomiast Kaczyński. Również wiadomość jaką ogłosił jeden z polityków z PiS (Jacka Kurskiego) że ochotniczo w Wermachcie służył dziadek Donalda Tuska, co natychmiast spotkało się z falą krytyki. Jednak to całe zamieszanie bardziej pomogło kandydatowi PO, natomiast nadszarpięło wizerunek Kaczyńskiego, ponieważ Tusk wystąpił w roli ofiary brudnej kampani, a przeciwnik musiał go przeprosić.¹⁸⁴

Sztab Kaczyńskiego chciał wykorzystać zamieszanie z dziadkiem Tuska, który jak się na końcu okazało został przymusowo wcielony do armii niemieckiej w 1944 roku i po niecałym miesiącu zdezerterował, oraz konferencję prasową, którą zorganizowała Hanna Gronkiewicz-Waltz w onkologicznym hospicjum na warszawskim Ursynowie. Podczas jej trwania posłanka z Platformy zarzuciła że Kaczyński gdy był prezydentem Warszawy nie dbał o tego rodzaju instytucje i powinien przeprosić chorych "którzy na czas nie otrzymali pieniędzy". Politycy PiS oburzyli się że Gronkiewicz-Waltz używa w walce politycznej umierających i zaprezentowali dane, z których można było wyczytać, że w przeliczeniu na liczbę mieszkańców finanse na 13 hospicjów, które działały w Warszawie były dużo wyższe, niż np

183 "Gazeta Wyborcza" z 14 maja 2006 roku; "Rzeczpospolita" z 10-11 listopada 2005 roku

184 Inne zdania miał Piotr Zaręba, który napisał "Tusk był przez chwile bliski załamania. O to czy dziadek z Wermachtu miał istotny wpływ na wyborczy rezultat, socjologowie spierali się potem między sobą. Przeważał jednak pogląd, że mógł Lechowi Kaczyńskiemu pomóc, choć na niektórych terenach - tych gdzie zjawisko służby w niemieckiej armii podczas wojny było częścią lokalnej tradycji także i zaszkodzić". P. Zaremba, *O jedynym takim...*, dz. cyt. s. 249

w Poznaniu i Gdańsku, gdzie rządili członkowie PO.¹⁸⁵

Wszystkie wyżej wymienione zdarzenia nie miały jednak istotnego wpływu na ostateczny wynik wyborów, w przeciwieństwie do stworzonego przez ludzi Kaczyńskiego podziału na Polskę liberalną i solidarną. Na finiszu kampanii Donald Tusk próbował się przeciwstawić kandydatowi PiS, udając się na nie zamożne Podkarpacie, gdzie w pierwszej turze zdobył zdecydowanie mniej głosów niż Kaczyński. *"Cały region podkarpacki jest poszkodowany decyzjami Warszawy. Wam mieszkańcom Podkarpacia, polska władza winna jest nie pieniądze, ale to żebyście odzyskali poczucie, że mieszkacie w Polsce A"* - powiedział Tusk 17 października w czasie spotkania z wyborcami w Leżajsku, ale retoryka ta nie była dla ludzi mieszkających w Polsce wschodniej i południowej przekonująca, w przeciwieństwie do zapowiedzi Lecha Kaczyńskiego dzień później w Zielonej Górze, że nie mianuje Leszka Balcerowicza prezesem NBP.

Druga tura wyborów prezydenckich odbyła się 23 października 2005 roku. Frekwencja była minimalnie większa niż w pierwszej turze i wyniosła 50,99%. Lech Kaczyński zdobył 8 257 468 czyli 54,04% głosów Polaków, natomiast na Donalda Tuska oddano 7 022 319 głosów czyli 45,96%. Różnica wyniosła ponad milion głosów i była dość duża, świadczyć to mogło o dużej skuteczności na finiszu kampanii Lecha Kaczyńskiego. Zwycięstwo odniósł nie tylko o w prawicowych regionach - czyli na wschodzie i południowym - wschodzie kraju ale także w centrum kraju. Jego wyborcy to głównie mniej wykształcona osoby starsze, zamieszkująca przeważnie wieś oraz mniejsze miasta. Wśród osób z wykształceniem podstawowym pokonał Tuska aż 69% do 31%. Poparli Kaczyńskiego także wyborcy Leppera oraz Jarosława Kalinowskiego (na ich prośbę). Donald Tusk zwycięstwo odniósł tylko na zachodzie i północy Polski a także w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców. Wyjątkami były następujące miasta: Rzeszów, Lublin, Białystok oraz Kielce, w których większość poparła Kaczyńskiego. Donald Tusk zdobył zaufanie wyborców z wykształceniem wyższym, otrzymał od nich 61% natomiast jego rywal 39%. Głos oddali na niego także wyborcy popierający w pierwszej turze Marka Borowskiego. Co ciekawe jego własny elektorat był mniej wierny Tuskowi niż elektorat rywala. Ponieważ Kaczyńskiego nie poparło tylko 2% jego wyborców z pierwszej tury, a Donalda Tuska aż 8%.¹⁸⁶

W czasie wieczoru wyborczego Lech Kaczyński skierował przesłanie do swojego brata -

¹⁸⁵ "Gazeta Wyborcza" z 12 października 2005 roku i "Rzeczpospolita" z 13,15-16 października 2005 roku.

¹⁸⁶ A. Dudek, Historia..., 2013

"Panie prezesie melduję wykonanie zadania!". Ta dość nietrafna wypowiedź, którą w telewizji mogły obejrzały miliony, została natychmiast wykorzystana przez, które nie przepadały za nowym prezydentem. Przez lata trwała "zimna wojna" pomiędzy Kaczyńskim a mediami, które zarzucały mu iż jest całkowicie uzależniony od brata i podporządkowanie prezydentury interesom PiS. Oczywiście czasem zdarzało się że to Lech Kaczyński preforsowywał różne swoje decyzje, także personalne, które dotyczyły poszczególnych członków rządów PiS.

Dziennikarze często i z premedytacją wyolbrzymiali błędy i gafy Kaczyńskiego, a on z kolei na medialne ataki reagował przesadnie, nakręcając tym samym niepotrzebnie spirale konfliktu. Nie chciał odnosić się do propozycji ludzi ze swojego otoczenia, którzy chcieli by sięgnął do arsenału public relations, by podreperować swój wizerunek. Skutkiem tego był sondażowy spadek zaufania już na wiosnę 2006 roku liczba osób negatywnie do niego nastawionych była wyższa od liczby pozytywnie go oceniających. O ile jeszcze w listopadzie 2005 roku w badaniach przeprowadzonych przez CBOS zaufanie do prezydenta elekta deklarowało 66% osób badanych, a jego brak 20% to po upływie 6 miesięcy stosunek wynosił już 42% do 39%.¹⁸⁷ Niestety to nie był koniec sondażowych spadków zaufania do prezydenta..

Warto zastanowić się jak przebiegła jego kadencja...Cóż nie dowiemy się czy udało by mu się zdobyć urząd po raz drugi...przykra w skutkach próba dotarcia do Smoleńska (mowa oczywiście o katastrofie prezydenckiego Tupolewa) 11 kwietnia 2010 roku uniemożliwiła dalszą kontynuację prezydentury..Jednak kilka wniosków po pięciu latach można wysnuć....

Lech Kaczyński, podobnie jak Gabriel Narutowicz i Władysław Sikorski, będzie się kolejnym pokoleniom Polaków kojarzyć głównie z tragicznymi okolicznościami swojej śmierci. Byłoby jednak niesprawiedliwe wobec prezydenta Kaczyńskiego, gdyby pamięć o nim sprowadzić tylko do smoleńskiej tragedii. Za wcześnie jest już dziś na pełną historyczną ocenę; minie jeszcze parę lat, gdy otworzą się nasze i zagraniczne archiwa, a świadkowie jego prezydentury będą opowiadać jakie były ich relacje i jak go wspominają, pozwalając tym samym sporządzić jej pełny bilans. Jednak już teraz można spokojnie napisać o dwóch obszarach, w których aktywność Lecha Kaczyńskiego sytuuje go w gronie mężów stanu Rzeczypospolitej Polskiej.

Prezydentura Kaczyńskiego rozpoczęła się ważnym momencie najnowszej historii Polski. Na

187 www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2006/K_129_06, PDF, dostęp: 28.10.2012, s. 5,6.

kilkanaście miesięcy przed jej rozpoczęciem, nasz kraj został pełnoprawnym członkiem Unii Europejskiej. Razem z wcześniejszym naszym wejściem do NATO kończyło to proces zakotwiczenia Polski w strukturach politycznych jak również wojskowych świata zachodniego. Przed krajową klasą polityczną pojawiło się jednak nowe, kto wie czy nie trudniejsze zadanie czyli : określenia miejsca i roli Polski w UE, a także w złożonych relacjach między głównymi państwami Unii a Stanami Zjednoczonymi.

Lech Kaczyński miał na ten temat bardzo zdecydowane i jasne poglądy: Polska w jego mniemaniach miała w przyszłości należeć do sześciu najważniejszych państw UE i odgrywać rolę unijnego lidera dla grupy państw członkowskich z Europy Środkowej. Tego nie udało się niestety mu wykonać, ale samo jego zdefiniowanie pozostaje ważną częścią testamentu politycznego prezydenta.¹⁸⁸

Duże znaczenie Kaczyński przywiązywał do polityki zagranicznej RP na wschodzie, gdzie jednym z najważniejszych problemów było rzeciwstawianie się neoimperialnym tendencjom Rosji rządzonej przez nieprzewidywalnego Władimira Putina. Wojna rosyjsko - gruzińska z sierpnia 2008 r., nie zważając na błędy popełnione przez prezydenta Gruzji Micheila Saakaszwiliego, które przyspieszyły jej wybuch, pokazały agresywne oblicze Rosji Putina. Dlatego też demonstracja przyjaźni z Gruzją przywódców krajów Europy Środkowej i Wschodniej, zorganizowana przez Lecha Kaczyńskiego, pozostanie kolejnym ważnym dokonaniem jego prezydentury. Można przypuszczać że Gruzja będzie krajem, w którym pamięć o Lechu Kaczyńskim może dorównać tej, którą będzie otoczony nad Wisłą.

Trudno dziś jednoznacznie ocenić jaki będzie z upływem lat bilans zabiegów prezydenta Kaczyńskiego o poprawę relacji polski z Ukrainą, ale wydaje się, że dla ich wymiaru historycznego tragicznie zmarły prezydent zrobił więcej niż reszta współczesnych polskich polityków. Biorąc udział w uroczystościach w Pawłokomie (2006), i w Hucie Pieniackiej (2009), Lech Kaczyński i Wiktor Juszczenko narazili się na krytykę ze strony części swoich rodaków. Wzmogła się ona, gdy u kresów swoich rządów Juszczenko wydał dekret o uznaniu Stepana Bandery za ukraińskiego bohatera narodowego, wielu komentatorów ten ruch uznało za fiasko polityki pojednania, którą firmował polski prezydent. Nie sądzę jednak by tak rzeczywiście było, a uroczystości w Pawłokomie i Hucie Pieniackiej, będą za dwie czy trzy dekady porównywane do przełomu za jaki w relacjach polsko - niemieckich jest uważane

188 prof. Antoni Dudek, *O prezydenturze Lecha Kaczyńskiego*, IV 2010

słynne Orędzie biskupów polskich do biskupów niemieckich z 1965 r. Po jego wydaniu i licznych atakach ze strony władz PRL nawet część naszych Polskich biskupów nie kryła że jest rozczarowana odpowiedzią ze strony niemieckiej. Jednak po latach ziarno zasiane tym listem wydało swój plon.¹⁸⁹

W ramach swojej polityki historycznej, Lech Kaczyński wykonał wielką pracę na rzecz uhonorowania postaci szczególnie zasłużonych dla polskich zmagających się o wolność. W czasie trwania jego prezydentury orderzy Orła Białego otrzymali zarówno polscy bohaterowie zamordowani przez komunistów jak Łukasz Ciepliński, prezes IV Komendy WiN, oraz również żyjące, ale pomijane przez swoich poprzedników postaci takie jak abp Ignacy Tokarczuk, Anna Walentynowicz czy Andrzej Gwiazda. Jednak jego aktywność na tym polu nie ograniczała się tylko do tych bardziej znanych osób. Pamiętał również o dużej liczbie zwykłych działaczy z „Solidarności” oraz organizacji opozycji demokratycznej, którzy w czasie trwania jego prezydentury doczekali się wreszcie symbolicznego zadośćuczynienia ze strony kraju.

Czas żałoby nie jest najlepszym momentem dla tworzenia wyważonego bilansu rządów tragicznie zmarłego prezydenta. Jednak wiele przemawia za tym, że najistotniejsze dokonania Lecha Kaczyńskiego przetrwają i dołączy on do grona tych przywódców narodu polskiego, których tragiczne okoliczności śmierci były tylko drugorzędną częścią ich biografii.¹⁹⁰

2.5. Przedterminowe wybory prezydenckie 20 czerwca / 4 lipca 2010

Wybory w 2010 roku odbywały się w cieniu wielkiej tragedii smoleńskiej. Walka miała się odbyć między bratem tragicznie zmarłego prezydenta Jarosławem Kaczyńskim a ówczesnym marszałkiem Sejmu politykiem Platformy Obywatelskiej Bronisławem Komorowskim, który oficjalnie 10 kwietnia jak przewidywała konstytucja przejął do czasu wyłonienia nowego prezydenta obowiązki "głowy państwa". Donald Tusk, który do końca 2009 roku był wydawać by się mogło murowanym kandydatem PO, w styczniu stwierdził że "prezydentura to wielki spektakl" a on osobiście bardziej od "prestżu, zaszczytu, żyrandola, pałacu i weta" woli bardziej prawdziwą władzę jaką posiada premier rządu...¹⁹¹ Rezultatem tej decyzji była konieczność wewnętrznego wyboru kandydata dlatego też zdecydowano się zorganizować

189 prof. Antoni Dudek, O prezydenturze Lecha Kaczyńskiego, IV 2010

190 Tamże

191 www.wyborcza.pl/1,76842,7510567,Tusk_Tracę_zaszczyt_zyrandol_Palac_i_weto.html, dostęp: 28.11.2012

szczególne rodzaju prawyborów w których udział mieli wziąć wszyscy zainteresowani członkowie PO. Szczegółowość tych prawyborów polegała na tym, że decyzją Donalda Tuska do udziału w nich dopuszczeni zostali tylko dwaj politycy tej formacji czyli Bronisław Komorowski i Radosław Sikorski. W końcu marca przeprowadzono głosowanie w którym marszałek zdystansował szefa dyplomacji zdobywając 68% wszystkich głosów, ale tych oddano mało, gdyż udział w nich udział wzięło mniej niż połowa z liczącej podobno 48 tys członków PO¹⁹² Fakt ten dużo mówi o wiarygodności danych na temat liczebności nie tylko samej Platformy ale także i innych partii politycznych w Polsce.

Jak mówi artykuł 128 Konstytucji RP, w przypadku śmierci prezydenta pełniący jego obowiązki marszałek Sejmu musi wyznaczyć oficjalny termin w którym odbędą się wybory następcy w ciągu czternastu dni, przy czym muszą się one odbyć w trakcie kolejnych 60. Komorowski decyzję podjął 10 dni po katastrofie smoleńskiej, ustalając datę pierwszej tury na 20 czerwca 2010 roku - był to najpóźniejszy z możliwych terminów zgodnych z Konstytucją. W PiS, które w katastrofie smoleńskiej straciło najwięcej kolegów, dominował pogląd że kandydować powinien Jarosław Kaczyński brat tragicznie zmarłego prezydenta, ale niektórzy rozważali możliwość wysunięcia kandydatury Zbigniewa Ziobry. 26 kwietnia falę spekulacji przerwał Kaczyński wydając oświadczenie, w którym stwierdził iż będzie ubiegał się o prezydenturę, by wypełnić testament swojego brata. SLD podjęło decyzję że w miejsce zmarłego w wypadku Jerzego Szmajdzińskiego wystawi w wyborach lidera partii Grzegorza Napieralskiego. PSL również uznało iż najlepszym ich przedstawicielem będzie główna postać ugrupowania Waldemar Pawlak. O prezydenturę postanowiło się ubiegać jeszcze pięć dobrze znanych osób, choć w tym czasie byli oni na marginesie polskiej sceny politycznej: Andrzej Olechowski, Janusz Korwin-Mikke (żadne zdziwienie), Andrzej Lepper, Marek Jurek, Kornel Morawiecki jak również szerzej nieznanego lidera Polskiej Partii Pracy Bogusława Ziętek.¹⁹³

Bronisław Komorowski prowadził swą kampanię pod hasłem "Zgoda buduje", lecz niektórzy jego zwolennicy nie byli zbyt zadowoleni. Dużego rozgłosu nabrała inauguracja komitetu honorowego Komorowskiego w Łazienkach Królewskich 17 maja. W czasie jego trwania ostro zaatakowano Jarosława Kaczyńskiego. Marek Majewski znany satyryk mówił wtedy mając na myśli kandydata PiS iż "*Sprzedają się głośniejsi, bardziej nawiedzeni, a zwykły*

192 W. Świetlik, Bronisław Komorowski, *Pierwsza niezależna biografia*. Warszawa 2000, s. 184-191

193 A.K. Piasecki, *Wybory...*, dz. cyt., s. 282 – 284

człowiek musi potem za to płacić, bo nazbyt często charyzmę mają psychopaci". Następnie pan Bartoszewski ostrzegał przed "wybraniem człowieka, który ma doświadczenie w hodowli zwierząt futerkowych, natomiast nie ma doświadczenia bycia ojcem czegokolwiek i czymkolwiek".¹⁹⁴

Znacznym problemem ludzi Komorowskiego (których szefem został poseł PO Sławomir Nowak), stał się dosyć łagodny język jakim posługiwał się kandydat PiS. Dlatego tak gwałtownie zareagowano na jedną z ostrzejszych wypowiedzi Kaczyńskiego który zarzucił Komorowskiemu że za wszelką cenę chce sprywatyzować służbę zdrowia. W efekcie tego sztab kandydata PO złożył do sądu pozew, który został rozpatrzony bardzo szybko w tzw. „trybie wyborczym”. Sąd uznał iż zawarty w programie PO postulat komercjalizacji szpitali który przedstawili prawnicy PiS jak także sam Kaczyński nie oznacza dokładnie prywatyzacji i jeszcze przed pierwszą turą nakazał prezesowi PiS przeprosić Komorowskiego. Następnie Sąd Apelacyjny do którego odwołał się Kaczyński nie zmienił werdyktu sądu pierwszej instancji.¹⁹⁵

Ważnym czynnikiem, który wpłynę na przebieg kampanii prezydenckiej, była powódź w Polsce w drugiej połowie Maja 2010 roku. Doprowadziła do śmierci aż 25 osób i poczyniła olbrzymie straty materialne, w szczególności na południu naszego kraju. Komorowski próbował za wszelką cenę pokazać swoje zaangażowanie w pomoc osobom poszkodowanym. Jednak najbardziej w mediach zapamiętano jego wypowiedź z 18 maja na temat wody, która *"ma to do siebie, że się zbiera, stanowi zagrożenie, a w końcu spływa do Bałtyku"*. Po upływie dwóch dni dodał do tego dosyć niefortunne stwierdzenie, że *"miał przyjemność wizytować tereny zalane"*, następnie 21 maja wypowiedział równie kontrowersyjne stwierdzenie iż *" w zeszłym roku powódź, w tym powódź, więc pewnie ludzie obcy z żywiołem"*.¹⁹⁶

Biograf Bronisława Komorowskiego Wiktor Świetlik zauważył iż o ile Tusk pojawiał się na zalanych terenach *"jako zatroskany premier, menedżer zarządzający krajem, to w przypadku Komorowskiego oczywiste było, że po prostu robi sobie kampanię wyborczą. Dlatego w trakcie powodzi Komorowski znalazł się całkowicie w cieniu Tuska"*.¹⁹⁷

Bycie w cieniu premiera okazało się wszakże dla Komorowskiego bardzo korzystne,

194 "Gazeta Wyborcza" z 17 maja 2010 roku; W. Świetlik, Bronisław Komorowski..., dz. cyt. s. 218-220

195 K. Kowalczyk, *Kampania Bronisława Komorowskiego w wyborach prezydenckich w 2010 roku* [w:] red. J. Okrzesik i W. Wojtasik, *Wybory prezydenckie w Polsce 2010*, Katowice 2011, s.282-283

196 Tamże

197 W. Świetlik, Bronisław Komorowski..., dz. cyt. s. 216-228

podobnie jak dwa jego inne posunięcia, które jak krążyły plotki zostały mu zasugerowane przed doradców premiera, zajmujących się public relations. Pierwszym krokiem było powołanie przez Komorowskiego, który wówczas pełnił głowy państwa nowego składu Rady Bezpieczeństwa Narodowego, do której ku zaskoczeniu wszystkich zaprosił głównych polityków z opozycji w tym także Jarosława Kaczyńskiego. Miało to na celu stworzenie wizerunku kandydata jako osoby kompromisowej, a równocześnie lepiej radzącego sobie jako prezydent, niż miało to miejsce w czasie powodzi. Jeszcze lepszym posunięciem było wysunięcie na zwolnione stanowisko prezesa NBP kandydatury Marka Belki - osoby związanej dotąd dość wyraźnie z lewicą. Był to czytelny sygnał dla zwolenników lewej strony politycznej, której reprezentant Grzegorz Napieralski nie miał najmniejszych szans dostać się do drugiej tury, że prezydentura Komorowskiego będzie otwarta dla Lewicy. Jednak i tym razem Komorowski nie uniknął gafy, ponieważ prezentując postać Belki, który pełnił wtedy funkcję dyrektora MFW, przedstawił go jako zastępcę sekretarza generalnego ONZ.

Jarosław Kaczyński wygłosił przemówienie w maju 2010 roku wypowiedział wtedy dość interesujące słowa: *"Przyjaciele Rosjanie (...) Dziękujemy za każdą łzę, za każdy zapalony znicz, za każde wzruszające słowo"* - nawiązując tym samym do katastrofy smoleńskiej. To przemówienie miało zmienić jego obraz, jako polityka antyrosyjskiego. Było to także jedno z niewielu jego wystąpień w tej kampanii. Jej głównym hasłem było "Polska jest najważniejsza", w którym zawarł treści związane z tragiczną śmiercią wielu osobistości w smoleńsku. Kaczyński zasugerował się podpowiedzią swego sztabu wyborczego, (którym przewodziła Joanna Kluzik-Rostowska, natomiast rzecznikiem był Paweł Poncyliusz). Zamiarem ludzi Kaczyńskiego było ocieplenie wizerunku swojego kandydata, którego znaczącym problemem było posiadanie dość wielu negatywnie nastawionych do siebie wyborców elektor. Zabiegiem takim było pojawienie się u boku Kaczyńskiego jego bratanicy Marty, co nie tylko załatwiło dość kłopotliwy dla niego brak małżonki ale również przypomniało o zmarłych jej rodzicach i wywołało naturalny odruch współczucia i tym samym pomogło kandydatowi PiS. *"Musimy zakończyć szkodliwą polsko-polską wojnę na slogany, epitety, miny i gesty - przekonywał w swoim programie wyborczym prezes PiS - a przejść do odpowiedniej pracy w kraju"*.¹⁹⁸ Tego typu konkluzję pojawiające się także w przemówieniach wygłaszanych w jego kampanii, miały przekonać wyborców iż przeszedł on pod wpływem katastrofy w smoleńsku zmianę i będzie od tego momentu jak pisało w jego

198 A. Dudek, *Historia...*, 2013

programie spierał się z przeciwnikami w "rzeczowej i spokojnej atmosferze".¹⁹⁹

Pierwsza tura wyborów odbyła się 20 czerwca 2010 roku. Frekwencja wyniosła 54,94%, a wyniki przedstawiają się w następujący sposób

1. Bronisław Komorowski	41,54%
2. Jarosław Kaczyński	36,46%
3. Grzegorz Napieralski	13,68%
4. Janusz Korwin-Mikke	2,48%
5. Waldemar Pawlak	1,75%
6. Andrzej Olechowski	1,44%
7. Andrzej Lepper	1,28%
8. Marek Jurek	1,06%
9. Bogusław Ziętek	0,18%
10. Kornel Morawiecki	0,13%

W pierwszej turze na dwóch pierwszych kandydatów głos oddało 78% wszystkich uczestników wyborów. Co ciekawe we wszystkich poprzednich wyborach prezydenckich w III RP przypadek kiedy dwaj pierwsi pretendenci uzyskali razem ponad 70% głosów zdarzyła się tylko w 2000 roku, kiedy to Aleksander Kwaśniewski zdołał zwyciężyć już w pierwszej turze. Jednak wtedy poparcie jakie zdołał uzyskać zsumowane z głosami poparcia dla drugiego Andrzeja Olechowskiego wyniosło 71,2%, a więc mniej niż w 2010 roku. Poparcie jakie uzyskali Kaczyński i Komorowski dobrze ilustruje nie tylko ich popularność ale również dominację na scenie politycznej stojących za ich plecami obozów politycznych skupionych wokół PO i PiS.²⁰⁰

Tylko reprezentantowi SLD Grzegorzowi Napieralskiemu, będącemu z poza zwycięskiego duetu udało się zdobyć dość duże poparcie (13,68%). Udało mu się to dzięki skutecznemu zastosowaniu różnego rodzaju sztuczek marketingowych począwszy od rozdawania ludziom jabłek jak szli do pracy po występy zespołu "Sisters", jego wokalistki śpiewały piosenkę "To

199 A. Turska-Kawa, *Kampania Jarosława Kaczyńskiego w wyborach prezydenckich w 2010 roku* [w:] red. J. Okrzesik, *Wybory prezydenckie w Polsce 2010*, Katowice 2011, s.297

200 A. Dudek, *Historia.....*, 2013

on", z drugiej strony kandydat miał w roku wyborczym 36 lat, był o co najmniej pokolenie młodszy od konkurentów. Dlatego też wśród osób najmłodszych co piąta osoba oddała na niego swój głos, jednak nie miał on godnego konkurenta o poglądach lewicowych bo za takiego nie można uznać lidera marginalnej Polskiej Partii Pracy Bogusława Ziętka. W przypadku reszty kandydatów wystarczy opisać pięć spektakularnych klęsk, Andrzeja Leppera, którego poparcie cofnęło się do poziomu z przed 15 lat. Olechowski którego zarówno kampania, jak również końcowa liczba głosów okazała się cieniem wyniku jaki osiągnął w 2000 roku ostatecznie pogrzebała polityczny projekt jaki stworzył Paweł Piskorski, marzył on o że Olechowski pomoże mu wzmocnić kierowane przez niego Stronnictwo Demokratyczne. Waldemar Pawlak, zdobył bardzo mało głosów poparcia (podobnie jak Kalinowski w 2005 roku), jego rezultat potwierdził fakt że w PSL nie ma polityków, którzy mogli by osiągnąć sukces w wyborach prezydenckich.

Wynik Marka Jurka byłego marszałka z ramienia PiS, pokazuje że po prawej stronie Jarosława Kaczyńskiego nie ma za dużo miejsca. Doświadczył tego także zasłużony działacz opozycji w czasach PRL-u Kornel Morawiecki. Można uznać że nieznaczny sukces osiągnął Janusz Korwin-Mikke, który przekraczając 2% prawie wyrównał swój wynik z 1995 , zdobywając poparcie ponad 400 tys wyborców..

Co prawda Grzegorz Napieralski nie poprosił swoich wyborców o poparcie któregoś kandydata w drugiej turze, ale jego wyborcom było bliżej do Bronisława Komorowskiego który na dodatek złożył dużo obietnic o charakterze socjalnym co spodobało się lewicowej stronie. W szczególności można wymienić podwyżki płac dla żołnierzy oraz nauczycieli.²⁰¹

Jarosław Kaczyński co prawda starał się przymilić wyborcom o lewicowych poglądach chwając Józefa Oleksego, lecz nawet podczas wizyty w Sosnowcu - kiedy określając Edwarda Gierka I sekretarza KC PZPR użył sformułowania iż był on "komunistą, ale jednak patriotą" nie przekonała do jego osoby zbyt wielu Polaków, którzy byli jeszcze ogarnięci nostalgią za epoką PRL. Dla tych ostatnich ciekawą mogła być zatem wypowiedź byłego szefa WSI gen. Marka Dukaczewskiego, który zapowiedział iż jeśli zwycięży kandydat PO to on otworzy szampana. Kaczyńskiemu mimo sporego doświadczenia nie udało się także zwyciężyć w żadnej debacie telewizyjnej, jakie odbyły się po oficjalnych wynikach pierwszej tury wyborów. Jak zaprezentowała GfK Polonia Komorowski zwyciężył z dużą przewagą w

201 A. Dudek, *Historia.....*, 2013

pierwszym starciu 58% do 28% a w drugim mimo małej różnicy 41% do 37% także udało mu się pokonać kandydata PiS.²⁰²

Druga tura wyborów odbyła się 4 lipca 2010 roku. Bronisław Komorowski pokonał Jarosława Kaczyńskiego stosunkiem głosów 53,01% (8 933 887 mln głosów) do 46,99% (7 919 134 mln głosów). Liderowi PiS udało się odnieść zwycięstwo tylko w Polsce południowo-wschodniej. Tym samym Komorowski został czwartym prezydentem wolnej Polski. Jeśli spojrzymy na frekwencje wyniosła ona 55,31% i była nieco większa niż podczas pierwszej tury. Komorowski wygrał we wszystkich stolicach województw prócz Lublina, najwięcej głosów zdobył w Opolu (73,76%), Poznaniu (72,31%) oraz Gdańsku (67,80%). Krzysztof Kowalczyk komentując wyniki drugiej tury wypowiedział następujące słowa: *"Wybory potwierdziły i utrwaliły tezę, iż umowną, uproszczoną linią podziału elektoratów PO i PiS jest Wisła oraz oś małe - duże gminy"*²⁰³ W tych ostatnich jak także na całym obszarze, który leży na zachód od Wisły, przewaga zwolenników Komorowskiego była bardzo duża.

Wygrana Bronisława Komorowskiego wiązała się także z ostatecznym przejściem władzy wykonawczej w Polsce przez PO, chociaż tak naprawdę nastąpiło to już wcześniej (10 kwietnia), gdyż Komorowski pełniący funkcję marszałka po tym jak przejął urząd prezydenta podjął kilka ważnych decyzji m.in. podpisał nowelizację ustawy o IPN oraz odrzucił sprawozdanie KRRiT, postępując w ten sposób inaczej niż uczynił by to Lech Kaczyński²⁰⁴

Szybko okazało się również że nowy prezydent nie ma w planach łagodzić antagonizmów politycznych, które wzmocniła katastrofa Smoleńska oraz kampania wyborcza. W dość jasny sposób pokazał to jego wywiad dla "Gazety Wyborczej", którego udzielił nie długo po ogłoszeniu wyników wyborów, opowiedział się w nim za usunięciem krzyża drewnianego, który postawili przed pałacem prezydenckim harcerze w czasie żałoby narodowej.²⁰⁵

Wywiad ten dał pretekst tzw. "obrońcom krzyża" i dał początek licznym incydentom pod pałacem prezydenckim w których konfrontowały się dwa radykalizmy: katolicki i antyreligijny. Jarosław Kaczyński w reakcji na ten wywiad użył obraźliwego stwierdzenia, że Bronisław Komorowski *"w dużej mierze został wybrany na prezydenta przez*

202 S. Ossowski, *Telewizyjne debaty prezydenckie w Polsce w 2010 roku*, "Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne" 2011, nr. 27, s. 52-55

203 K. Kowalczyk, *Kampania Bronisława Komorowskiego...*, dz. cyt., s. 284.

204 Nowym Marszałkiem Sejmu 8 lipca 2010 roku został Grzegorz Schetyna

205 www.wyborcza.pl/1,76842,8123320,Komorowski_Nie_chodzi_o_to_zeby_ludzi_bolalo.html, dostęp: 1.12.2012

nieporozumienie", następnie odmówił wzięcia udziału w pracy RBN²⁰⁶

Po licznych awanturach i sporach (tylko w samym sierpniu 2010 policja była zmuszona do interwencji pod pałacem prezydenckim kilkadziesiąt razy), ostatecznie w listopadzie 2010 roku przeniesiono krzyż do pobliskiego kościoła św. Anny. Jednak przed pałacem pozostali nadal jego obrońcy w namiocie i kontynuowali protest. Wyszuli również żądania by ukarać winnych katastrofy smoleńskiej a w szczególności Bronisława Komorowskiego i Donalda Tuska.

O ile ich fanatyzm był wyrażany dużą agresją słowną, to już pod wpływem histerycznej atmosfery doszło w Łodzi do prawdziwej tragedii, gdy do biura poselskiego PiS w tym mieście 19 października 2010 roku wtargnął taksówkarz i co bardzo intrygujące były członek PO Ryszard Cyba. Z pistoletem nożem i paralizatorem zaatakował będącego wówczas w biurze Marka Rosiaka asystenta posła PiS do PE Janusza Wojciechowskiego oraz ciężko ranił innego mężczyznę tam przebywającego. Po całym zajściu sprawca nie ukrywał że chciał zamordować wtedy Jarosława Kaczyńskiego

Była to największa zbrodnia polityczna w całej III RP, którą potępili wszyscy. Jednak cała ta tragedia nie złagodziła języka polskich polityków ale na szczęście udało się uniknąć różnego rodzaju akcji odwetowych, co miało duże znaczenie. Morderce skazano w grudniu 2011 roku na dożywocie z możliwością ubiegania się o przedterminowe zwolnienie dopiero po 30 latach.²⁰⁷

Prezydent Komorowski swoimi doradcami mianował dawnych kolegów i czołowych działaczy UW m.in Tadeusza Mazowieckiego, Henryka Wujca i Jana Lityńskiego. Niektórzy komentatorzy mówili iż może to być próba stworzenia ośrodka politycznego wobec Donalda Tuska. Jednak na zewnątrz Komorowski prezentował się jako kompan i współpracownik premiera, a przejawem tego było m.in skierowanie przez prezydenta do TK ustawy dotyczącej racjonalizacji zatrudnienia w administracji rządowej. W zamysle po wejściu w życie miała doprowadzić do zmniejszenia liczby osób zatrudnionych urzędników o ok 10% ponieważ ich liczba zwiększyła się po przejściu władzy przez Platformę i zdali sobie sprawę iż pojawiły się negatywne konsekwencje tego zjawiska. Donald Tusk podjął więc próbę ograniczenia go. Fakt iż postanowiono rozwiązać problem zarówno zwykłych urzędników jak również tych ze służby cywilnej dowodził że cała ustawa nie była najlepiej przygotowana. W

²⁰⁶ www.se.pl/wydarzenia/kraj/kaczyński-komorowski-zosta-wybrany-przez-nieporozu_149349.html, dostęp: 1.12.2012

²⁰⁷ "Rzeczpospolita" z dnia 21 grudnia 2012 r.

czerwcu 2011 roku Trybunał wydał orzeczenie iż rozwiązanie które dotyczą służby cywilnej zawiera rozwiązania, które są sprzeczne z konstytucją.²⁰⁸

Ciekawostką jest fakt iż Tusk po porażce z wspomnianą ustawą, która miała ograniczyć liczbę urzędników w połączeniu ze skutkami prób podejmowanych przez premiera odbiurokratyzowania kraju (a tego wszystkiego miała dokonać specjalna komisja na, której czele miał stanąć co ciekawe Janusz Palikot wtedy jeszcze polityk PO), okazało się iż w istocie rzeczy politycy są bezradni wobec zjawiska tzw. Polski resortowej. W tym miejscu warto zakończyć opis wyborów w, których zwycięzcą okazał się Bronisław Komorowski....

A jak ocenia się jego pierwszą kadencję???

W Pałacu Prezydenckim ubiegając się o ponowny wybór na urząd prezydenta Bronisław Komorowski podsumował swój dorobek w pierwszej kadencji, oraz stworzył zarys programu na następne pięć lat. W trakcie przemówienia podkreślał także, iż przyszłością Polski jest młode pokolenie i nowoczesny patriotyzm. Komorowski podziękował również swojej żonie za wsparcie, jakim była w trakcie mijającej prezydentury. - Dziękuję. Kwiaty będą później. Kawa też! - zażartował, zwracając się do małżonki. Zwycięstwo w wyborach prezydenckich w 2010 r. oznaczało kres kosztownego dla Polski konfliktu między prezydentem a rządem oraz stwarzało szansę na nowe ułożenie relacji prezydenta z opozycją - stwierdził Komorowski.

Była to nietypowa kadencja, ponieważ poprzedzona była ciężkimi trzema miesiącami pełnienia przez Komorowskiego jednocześnie funkcji marszałka Sejmu i głowy polskiego państwa. Jak mówił następnie: *"Obejmowałem odpowiedzialność za Polskę w sytuacji niezwykle trudnej, po katastrofie smoleńskiej, w której zginął nie tylko mój poprzednik - prezydent Lech Kaczyński, ale wielu innych wybitnych, ważnych funkcjonariuszy państwa polskiego"*.²⁰⁹

Jak następnie dodał, obejmował odpowiedzialność za Polskę w sytuacji stale powiększającego się podziału i ogromnego kryzysu politycznego. W tym czasie głównym i najważniejszym zadaniem było ustabilizowanie państwa i jego instytucji. Do takiego zadania można zaliczyć m.in powołanie prezesa NBP i prawie wszystkich najważniejszych dowódców wojskowych. Elementem ważnym były również przedterminowe wybory

208 www.praca.gazetaprawna.pl/artykuly/523061.tk_ustawa_o_racjonalizacji_zatrudnienia_w_administracji_nie_moze_wej_c_w_zycie.html, dostęp: 5.11.2012 rok

209 <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/5-lat-bronislawa-komorowskiego-prezydent-podsumowal-swoja-kadencje/t5c5rb>

prezydenckie

Zwycięstwo w wyborach oznaczało kres, bardzo kosztownego dla kraju sporu między prezydentem a rządem, stwarzało także szansę na nowe ułożenie relacji prezydenta z opozycją. By się porozumieć i zacząć współdziałać Komorowski zaproponował jak sam mówił wtedy liderom partyjnym, także tym z opozycji uczestnictwo w Radzie Bezpieczeństwa Narodowego. Nie wszyscy skorzystali z wtedy z zaproszenia - zauważył Komorowski. Następnie stwierdził " Dążyłem do tego, by moją prezydenturę regulowała konstytucja, a nie polityczne układy i układziki" podsumował krótko swoją kadencję. Dodał również, że dobrze rozumie swoją rolę jako, która polega na wyznaczaniu strategicznych celów dla państwa.²¹⁰ Zwycięstwo w wyborach oznaczało również postawienie na prezydenturę niezależną, która utrzymuje życzliwy dystans i od rządu, i partii politycznych; dystans, który pozwala na własną politykę, jednocześnie pozwala na wspólne rozwiązywanie ważnych problemów kraju. Jak dodał, Polacy są bardzo ambitni (oczywiście są wyjątki) i chcą żyć na poziomie jaki obserwujemy w krajach lepiej rozwiniętych. Dlatego - *"trzeba widzieć polskie sprawy nie tylko w perspektywie kalendarza wyborczego, ale także z myślą o następnych dziesięcioleciach, a nawet pokoleniach, określając strategiczne cele, strategiczne wyzwania dla państwa i dla narodu"*. - Tak właśnie rozumiał i rozumie jego rolę jako prezydenta, tak pracował przez swoją kadencję - zaznaczył Komorowski.²¹¹

Prezydent powiedział, że w ciągu ostatnich pięciu lat trwania jego kadencji Pałac Prezydencki, Belweder i siedziba BBN były miejscami gdzie toczyły się otwarte dyskusje , które dotyczyły kluczowych wyzwań przed, którymi stała Polska. - Ponieważ dialog jest podstawą zgody, której tak bardzo potrzebuje Polska. Dialog jest podstawą mojej prezydentury - stwierdził urzędujący prezydent Komorowski. Prezydent pochwalił się, że na zainicjowanych przez niego spotkaniach Forum Debaty Publicznej udział wzięło aż ok. 13 tys. osób, a w sieci przysłuchiwało się im prawie 250 tys. osób. Podkreślił iż, dialog jest także podstawą jego działania w kontaktach na arenie międzynarodowej. Powiedział także, że w czasie trwania jego kadencji miało miejsce ok. 270 spotkań międzynarodowych w Polsce i poza granicami naszego kraju. Podkreślił jeszcze raz że to na wspomnianym już dialogu opiera się współpraca z partnerami w Unii Europejskiej - jak stwierdził *"Dialog, pojednanie i szukanie tego, co łączy"*²¹² jest głównym elementem polskiej polityki wschodniej

210 <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/5-lat-bronislawa-komorowskiego-prezydent-podsumowal-swoja-kadencje/t5c5rb>

211 Tamże

212 Tamże

także w relacjach z Ukrainą - zaznaczył. Dialog - mówił dalej- jest również podstawą polityki historycznej w polsko -niemieckim, polsko -żydowskim i polsko -ukraińskim wymiarze. Dialog jego zdaniem- to także najskuteczniejsze narzędzie rozwiązywania problemów wewnątrz kraju. Przypomniał, że zainicjował przygotowanie projektu ustawy o Radzie Dialogu Społecznego. Stwierdził także, że najważniejszy jest stały dialog przede wszystkim z obywatelami. *"Odbywał się on w ramach składanych od pięciu lat wizyt krajowych we wszystkich niemal zakątkach Polski"*. Jak przypomniał było ich ok. 400.²¹³ Powiedział także że jest naprawdę szczęśliwy i dumny , że w ciągu pięciu lat jego kadencji udało się sprawić, że polityka rodzinna w naszym kraju już nie jest tylko tematem debaty publicznej, a stała się przede wszystkim obszarem działania instytucji państwa - mówił prezydent Komorowski, w podsumowaniu swojej kadencji.

Odpowiadając na kryzys demograficzny jaki zapanował w naszym kraju stworzono w Kancelarii Prezydenta kompleksowy program polityki rodzinnej o nazwie "Dobry klimat dla rodziny", który - jak zaznaczył prezydent - jest realizowany konsekwentnie. W ciągu pięciu lat wspólnie z samorządem, pracodawcami, organizacjami pozarządowymi i z rządem stworzono dobry (zaznaczę iż nie do końca się z tym osobiście zgadzam) klimat dla polskich rodzin

Następnie prezydent wymienił co w ramach tego programu, wprowadzono m.in. ogólnopolską Kartę Dużej Rodziny, z której korzysta już prawie milion osób, a także dłuższe urlopy rodzicielskie. Program jak wytłumaczył prezydent: *"to również przygotowany w Kancelarii Prezydenta i skierowany do Sejmu projekt zmian w Kodeksie pracy, ułatwiający łączenie - a to jest koniecznością - życia rodzinnego i zawodowego"* - powiedział Komorowski. Projekt ten w jego ocenie uelastyczni czas pracy i system urlopów rodzicielskich. Prezydent sądzi również, iż najważniejsze było doprowadzenie do wprowadzenia w życie nowego rodzaju ulg podatkowych na dzieci. Jak twierdzi Komorowski, z ulg tych rodziny korzystają już teraz, rozliczając podatki za 2014 r. - To w jego mniemaniu dość duże wsparcie dla ponad miliona polskich rodzin - zaznaczył prezydent.

W jego ocenie w ciągu ostatnich lat, jak nigdy wcześniej, polityka prorodzinna stała się priorytetem działań państwa i dała , bardzo pozytywne rezultaty z punktu widzenia wielu rodzin. Podkreślił również, że nigdy wcześniej nie było tak konkretnych i nie na tak dużą skalę

213 <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/5-lat-bronislawa-komorowskiego-prezydent-podsumowal-swoja-kadencje/t5c5rb>

przeprowadzanych przez państwo działań na rzecz rodziny.

Oczywiście prezydent dość dużo zrobił jeśli chodzi o politykę prorodzinną jednak czy mógł więcej??? Myślę że gdyby dodatkowo podniesiono kwotę wolną od podatku i zwiększono zasiłki dla najbiedniejszych to zapewne dało by zwycięstwo już w pierwszej turze następnych wyborów jednak czy to się uda to się dopiero przekonamy. Uważam że Komorowski może i nie jest zbyt energiczny lecz daje pewną stabilizację a nie ciągłe sprzeczki i wzajemne oczernianie się, bo przecież takie zachowanie zakłóca pracę rządu a to może doprowadzić do zdestabilizowania kraju i ośmieszenia nas na arenie międzynarodowej.²¹⁴

214 <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/5-lat-bronislawa-komorowskiego-prezydent-podsumowal-swoja-kadencje/15c5rb>

3. Kampanie wyborcze i mechanizmy ich prowadzenia

3.1. Marketing polityczny i wyborczy

Na początku przytoczę ciekawy cytat jaki udało mi się znaleźć:

"Nigdy nie kłamiemy tyle co przed wyborami, w czasie wojny i po polowaniu"

George Clemenceau

Co to jest marketing wyborczy, na czym polega i jak się go stosuje?. Tak więc jest to dość wyjątkowa dziedzina. Jej głównym zadaniem jest "sprzedanie" towaru jakim jest człowiek, który zamierza kandydować na określone stanowisko, inaczej mówiąc to instrument, który pomaga osiągnąć sukces na rynku politycznym.²¹⁵ Owym rynkiem są potencjalni wyborcy - to oni decydują o tym czy dany kandydat zdobędzie stanowisko o które się ubiega. Nasuwa się więc pytanie jak najlepiej rozpoznać nasz "rynek", który obarczony jest ludzką nieprzewidywalnością? oraz jak dostosować do niego "produkt" (ugrupowanie polityczne lub konkretnego polityka)? tak aby go „sprzedać” jak najlepiej?. Z pomocą mogą przyjść nam różne marketingowe metody oraz techniki, jakich używają nauki społeczne i, które są przez nie udoskonalane cały czas....

Jednym z najpopularniejszych sposobów o którym wie każdy laik dosyć szybkiego i w miarę dokładnego zbadania rynku jest oczywiście sondaż. To dzięki niemu politycy prawie od razu dowiadują się co czują wyborcy i jakie mają oczekiwania od kandydata. Jest to przykład badań "momentalnych". Przeważnie wykorzystywany jest w czasie trwania programu telewizyjnego z pomocą telefonów stacjonarnych, na czacie internetowym z udziałem polityka, a nawet podczas słuchowiska radiowego. Odbywa się to na zasadzie szybkie pytanie - szybka odpowiedź. Sondaż nazywany jest również metodą reprezentacyjną oraz surveyową, gdyż pozwala badaczowi uzyskać "wiedzę o dużej zbiorowości poprzez badanie jedynie jej reprezentacji (próbie reprezentacyjnej). Niektórzy badacze mają wątpliwości co do tego czy można zastosować sondaż badając drażliwy temat, przykładem takim są w Polsce tematy związane z polityką. Powstaje więc pytanie czy owa metoda jest trafna?. Jednak dane jakie w

215 R. Wiszniowski, *Marketing wyborczy. Studium kampanii wyborczych w systemach prezydenckich i semi prezydenckich (Finlandia, Francja, Polska, Stany Zjednoczone)*, Warszawa: Wrocław 2000 s.17

ten sposób uzyskujemy są materiałem, który można szybko zanalizować i zyskujemy dzięki temu szybki wynik. Ponadto dane te możemy opracować statystycznie. Właśnie szybkość sprawia iż sondaż jest tak powszechnie stosowny. Jeżeli osobom badającym zależy na czasie wybierają ankiety lub kwestionariusze, które zawierają przeważnie pytania zamknięte. Z tej techniki korzysta się w sondażu. Antoni Sulek wymienia funkcję sondażu: poznawczą, perswazyjną oraz praktyczną. Pierwsza została już wymieniona - sondaż niemal od razu pokazuje politykom, co ludzie sądzą na temat ich polityki, partii którą reprezentują, o nich samych a także o różnych ważnych publicznych sprawach.²¹⁶ Język sondaży jest bardzo popularny w opinii publicznej. "W sondażach opinii publicznych bada się poglądy, postawy, wiedzę, potrzeby, oczekiwania, preferencje i zmiany jednostkowe. Pod tym powierzchownym poziomem kryją się jednak bardziej podstawowe nastawienia takie jak: wartości, orientacje czy mentalności. Rozumiejąc badania opinii publicznej musimy "zstąpić do głębi" i chwycić tkwiące tam struktury świadomościowe - eksplanansy działań społecznych.²¹⁷ Wydaje się iż takie rozumiejące badania są raczej niemożliwe do przeprowadzenia. Badacz uzyskane dane musi przeanalizować i samodzielnie spróbować wyciągnąć wnioski, jakie głębsze struktury kryją się w odpowiedziach. Musi również pamiętać, że trzeba także uwzględnić atmosferę jaka panuje w społeczeństwie w czasie przeprowadzania badania, oraz o błędach jakie mogły być popełnione przy zbieraniu danych za pomocą ankiety. Schwywanie struktur świadomości jest trudne nawet dla psychologów, którzy stosują do tego różnego rodzaju metody badawcze (bardzo skomplikowane), więc nie można wymagać tego samego od ludzi, którzy po prostu nie mają czasu na długie i drogie badanie, kiedy otaczająca nas sytuacja polityczna zmienia się z dnia na dzień - a nawet i z minuty na minutę.

Sondaż traktowany jest także jako rozkład przekonań i ocen mogą być także prezentowane jako wynik działań perswazyjnych czyli takich, które ze świadomością zmieniają przekonania oraz oceny z pomocą słów, obrazów oraz symboli. Ponieważ kiedy wyniki sondaży są publikowane ludzie dowiadują się nie tylko o sobie samych lecz również wyniki te wpływają na nich samych. Wyniki mają dużą wartość perswazyjną w argumentacji politycznej. Nie jeden raz słyszymy podczas dyskusji w telewizji argument *"Ale jak pokazują wyniki najnowszych sondaży"*. Społeczeństwo nauczone iż sondaże są narzędziami naukowymi, bardziej wierzy im aniżeli przypadkowym obserwacjom.²¹⁸ W naszym kraju argument

216 A. Sulek, *Funkcje (i dysfunkcje) badań opinii publicznych w ustroju demokratycznym. Przypadek Rzeczypospolitej Polskiej*, w *Rozumienie zmian społecznych*, E.Hałas (red.), Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2001, s. 61

217 Tamże, s. 66:67

218 Tamże, s. 66:69

sondażowy jest przeważnie używany w czasie trwania kampanii wyborczych, ma to na celu przekonanie obywateli używając procentów sondażowych iż dobrze "sprzedaje" się kandydata lub partię polityczną jak również wytyka się błędy przeciwników. Nasuwa się pytanie czy przedstawianie wyników sondaży jeden dzień przed wyborami nie jest manipulacją. Zdarza się że z premedytacją drukuje się nie prawdziwe wyniki, ale korzystne dla któregoś z kandydatów lub którejś partii politycznej - jako przykład można podać w tym miejscu wynik Samoobrony.²¹⁹ Wynika to z niewykształconej w naszym kraju kultury i etyki politycznej, która nie toleruje takich zachowań przed wyborami więc powinno się reagować na takie zachowania. Z drugiej strony nie powinno się przeceniać publikowanych wyników sondaży "dzień przed", mówiąc że mają one bezpośredni wpływ na decyzję wyborców. Zdarza się przecież że większy wpływ mają sondaże, które pojawiają się w czasie trwania całej kampanii, gdyż kształtują u obywateli tzw. "mapę poznawczą"²²⁰, oraz znajomość partii jak również wyobrażenia o ich sile politycznej, znajomość kandydatów i przywódców. Należy także dodać że samo przedstawienie wyników sondaży może być pojmowane jako umyślna perswazja, ponieważ publikowane są tylko i wyłącznie te sondaże, które są dobre dla partii, którą popiera zamawiający je.

Na dodatek stosowane są pewne środki graficzne by uwiarygodnić przekazywane informacje (jakimi są wyniki sondaże), podaje się również opinie różnych naukowców, dla wzmocnienia efektów - są to zazwyczaj profesorowie.²²¹ Jest to powiązane z dość poważnym problemem etycznym. Aczkolwiek nie można zabronić profesorom i naukowcom by mieli swoje zdanie co do wydarzeń politycznych czy różnego rodzaju wyników badań. Problem leży gdzie indziej, a więc czy ich wypowiedzi są podawane w całości a nie tylko te fragmenty, które spodobają się danym mediom lub kandydującym politykom. Wątpliwe jest aby naukowcy posiadli pełną kontrolę nad montowanym materiałem, chyba że jest to np. czat w internecie lub program na żywo. Dodatkowo profesorowie reprezentują uczelnie na której prowadzą zajęcia, a szkoły wyższe w szczególności państwowe nie wolno kojarzyć z żadną formacją polityczną, gdyż nigdy nie wiadomo, która opcja po wyborach będzie decydować o wysokości budżetu na szkolnictwo wyższe..

219 A. Sułek, *Funkcje (i dysfunkcje) badań opinii publicznych w ustroju demokratycznym. Przypadek Rzeczypospolitej Polskiej, w Rozumienie zmian społecznych*, E.Hałas (red.), Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2001, s. 61 , *Sondaż polski, Przygarść ropraw o badaniach naukowych*, Wyd. IFiS PAN, Warszawa 2001, s. 203

220 A. Sułek, *Funkcje (i dysfunkcje) badań opinii publicznych w ustroju demokratycznym. Przypadek Rzeczypospolitej Polskiej, w Rozumienie zmian społecznych*, E.Hałas (red.), Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2001, s. 61 , *Sondaż polski, Przygarść ropraw o badaniach naukowych*, Wyd. IFiS PAN, Warszawa 2001,

221 Tamże

Funkcje praktyczne sondaży politycy poznali, jak napisał Sułek po wyborach, które odbyły się w 1993 roku. Wtedy to dopiero nauczyli się korzystać z ich wyników oraz co ważne zaczęli je respektować i krytycznie je oceniać. Warto podkreślić że wykorzystując sondaż można zidentyfikować wiele ważnych kwestii społecznych, i można także dobrać sobie sojuszników, zaplanować kampanię oraz śledzić ich przebieg. Partie polityczne nauczyły się także, iż poparcie jakie prezentuje wynik sondażowy nie zawsze odzwierciedla rzeczywiste poparcie. Jako przykład można podać w tym miejscu przypadek Jacka Kuronia, którego Unia Wolności wystawiła do wyścigu o fotel prezydenta, w momencie ukazania się wyników, które mówiły iż posiada on duże zaufanie. Sondaże służą również do kontroli społecznej nad polityką. Ważne jest również że nie można tłumaczyć posunięć polityków poparciem społecznym i potrzebami, jeśli takich tak naprawdę nie ma i nie potwierdzają ich żadne sondaże.

W wynikach sondaży widać również również niepokoje społeczne co pozwala przewidzieć protesty i daje możliwość szybkiego zareagowania²²². Prawidłowo przeprowadzona analiza jakie w społeczeństwie panują nastroje jest nie tylko pożyteczna lecz również pozwala stworzyć wzorzec zachowań społeczeństwa w Polsce w konkretnych sytuacjach. Jest to bardzo korzystne gdy weźmiemy pod uwagę fakt , że kampania wyborcza zaczyna się po otrzymaniu wyników wyborów. Politycy jak również partie polityczne od razu po wyborach powinni być szczególnie wyczuleni na potrzeby oraz niepokoje ludzkie, powinni również brać pod uwagę ich zdanie podejmując decyzje polityczne a w przyszłości może się to okazać poważnym atutem. Sondaże są więc ogromnym źródłem wiedzy i skarbnicą danych o obywatelach. Mimo tych ważnych funkcji sondaży należy pamiętać, że w rządach demokratycznych nie należy tylko kierować się opinią publiczną ale również rządzić z jej udziałem "Sondaże służą nie tylko do śledzenia opinii, lecz także do szukania sposobów modyfikacji programu i wynajdowania sposobów zdobywania poparcia politycznego"²²³. Ostatnie lata pokazują jednak że politycy nie doceniają sondażu jako bardzo szybkiego zdobycia informacji o obywatelach. Wydaje się iż dalej jak w początkowej fazie kształtowania się demokracji w Polsce kierują się własnym wyczuciem lub interesem / interesami jakiejś wpływowej grupy społecznej, która posiada silne poparcie w sejmie (przykładowo rolnicy a przede wszystkim górnicy).

222 A. Sułek, *Funkcje (i dysfunkcje) badań opinii publicznych w ustroju demokratycznym. Przypadek Rzeczypospolitej Polskiej*, w *Rozumienie zmian społecznych*, E.Hałas (red.), Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2001, s. 61, *Funkcje (i dysfunkcje) badań opinii publicznych*, dz. cyt., 2001, s. 78

223 Tamże, s. 81

Aby zapoznać się z poglądami i opiniami należy zastosować bardziej czasochłonne badanie, które jednak da nam możliwość zdobycia ważnych dla polityków i partii informacje. Morwa tu o niestandardyzowanym badaniu, który polega na luźnej, swobodnej rozmowie na określony temat. Ankieter ma plan rozmowy, wyznaczone, które następnie porusza podczas rozmowy. Sam także kieruje jej przebiegiem i ukierunkowuje ją. Może dzięki temu poruszać drażliwe tematy i nawet jeśli początkowo nie uzyska na nie odpowiedzi, ankietowany może wrócić do pytania na końcu wywiadu. FOCUS - jest odmianą wywiadu swobodnego i zorganizowanym wywiadem grupowym. Bierze w nim udział zazwyczaj kilka osób, a prowadzi go moderator, który zadaje pytania i steruje rozmowa. Przebieg wywiadu przeważnie się nagrywa, a badanie odbywa się w pomieszczeniu z lustrem weneckim by mogli się niemu przyglądać większa ilość badaczy. Focus stosuje się przeważnie gdy "rozwiązanie problemu badawczego sprzyja pracy w grupie wymiana opinii i spostrzeżeń między uczestnikami oraz wzajemne stymulowania aktywnego udziału w dyskusji".²²⁴ Problemem takim jest także badanie wizerunku kandydatów z poszczególnych ugrupowań. Zogniskowane wywiady z udziałem większej liczby osób służą również do tworzenia pytań, które następnie zostaną zamieszczone w ankietach i służą dalszym badaniom na jeszcze większej grupie, a po wszystkim z ich pomocą wyjaśnia się i próbuje zrozumieć nieoczekiwane uzyskane wyniki. Na dodatek Focusy są pomocne w odnajdywaniu nowych rozwiązań i testowaniu nowych pomysłów²²⁵. Można również z ich pomocą testować programy wyborcze ich zrozumiałość i siłę przekonywania. Pomocne w tworzeniu strategii wyborczej są także badania dynamiczne oraz pseudo dynamiczne, gdyż ukazują one zmiany jakie zachodzą w dłuższym czasie. Pseudo dynamiczne polegają na "zbadaniu różnych obiektów w tym samym czasie ze względu na jakąś ważną cechę". Zakładamy przy tym rozwój analizowanych przez badaczy obiektów. Możemy również stwierdzić jak się rozkładają co do konkretnej cechy kandydata w różnym przedziale wiekowym. Poddane analizie mogą zostać także dane z sondażu.

Badania dynamiczne są natomiast " wielokrotnością obserwacji opisywanych obiektów rozciągniętą w czasie"²²⁶. Podać analizie możemy szeregi czasowe jednak jest warunek - obserwacje opisywane w różnym czasie muszą być od tej samej grupy statystycznej. Badać możemy tylko wyniki sondaży, które się powtórzyły²²⁷. Odmianą analizy szeregów

224 D. Madison, *Zogniskowane wywiady grupowe. Jakościowa metoda badań marketingowych*, Warszawa 2001, Wydawnictwo Naukowe PWN, s.21

225 Tamże s.29

226 K. Kosęła, A. Sułek, *Metody badania procesów społecznych*, Uniwersytet Warszawski, Instytut socjologii, Warszawa 1983, s. 4-9

227 Tamże, s. 9-11

czasowych są tzw. badania panelowe. Ich cechą jest wielokrotność badania tej samej jednostki²²⁸. Badania te przedstawiają jakie zmiany zaszły w społeczeństwie i dlaczego. Odpowiednie wykorzystanie ich w marketingu wyborczym przyniosą duże korzyści w rozpoznaniu i przewidzeniu reakcji ludzi na jakiegokolwiek zmiany oraz sytuacje społeczno – polityczne. Należy także wspomnieć w tym miejscu o metodzie przeprowadzania badania na materiałach zastanych inaczej historycznych. Materiały te można podzielić na pierwotne oraz materiały sporządzone przez świadków bezpośrednich jak np. protokoły, sprawozdania czy wspomnienia, listy, pamiętniki, oraz wtórne - opracowania dokonane z materiałów pierwotnych czyli monografię, omówienie materiałów historycznych. Dla specjalistów, którzy zajmują się kampanią wyborczą pomocne są przykładowo opracowania, których dokonano innych państwach. Należy jednak mieć na uwadze o wcześniejszym sprawdzeniu materiałów, z których się korzysta. Błędem i to znacznym jest bezpośrednio zaczerpnięcie z marketingu wyborczego innego kraju i przeniesienie go na polską scenę polityczną. Analiza materiałów zastanych wymaga dużego wysiłku i zajmuje dużo czasu dlatego jest rzadko używana.

Ważnym problemem przy stosowaniu metod oraz technik, które zostały wypracowane przez nauki społeczne w marketingu wyborczym jest potrzebne jednak tylko jako doraźne badanie rynku wyborczego na zlecenie klienta, którym może być partia, kandydat, przy jednoczesnym zaniedbaniu charakteru naukowego badań.²²⁹ Przez to bardziej możliwe jest nieprawidłowe rozpoznanie rynku (prawdopodobne jest że taki błąd został popełniony przez Mariana Krzaklewskiego w wyborach prezydenckich w 2005 roku) czy także uzyskanie nieprawidłowych danych. Natomiast błędne dane przedstawiane wyborcom wprowadzają ich i opinię publiczną w błąd i istnieje zagrożenie że spadnie zaufanie nie tylko przedstawianych wyników lecz i do samych naukowców, którzy przeprowadzają owe badania...

Zdarzają się także praktyki posługiwania się dziwnymi sztuczkami, których wstydzić się powinien każdy szanujący się badacz, specjalnie dobrane grupy ankietowanych oraz ankietowanych, źle formułuje się pytania i ukrywa się przed zamawiającymi niewygodne dla nich dane, "błędy" statystyczne i nieprzychylnie prezentowanie wyników sondaży.

Co ciekawe stworzono nawet specjalną książeczkę, która służy do poprawnego rozpoznania czy dane wyniki sondażu są prawdziwe i która wyjaśnia co powinno się znaleźć w takiej

228 K. Kosela, A. Sułek, *Metody badania procesów społecznych*, Uniwersytet Warszawski, Instytut socjologii, Warszawa 1983, s. 21

229 Tamże

publikacji prócz samych wyników (przykładowo charakterystyka próby, oddzielne wyniki i ich interpretacja, i która instytucja problem dany opracowała badawczo). Specjaliści zajmujący się prognozowaniem wyborczym często zapominają o tym że nie można przenosić metod oraz technik, które stosuje się do badania rynku konsumenckiego do badania rynku wyborczego. Rzetelne badania nad prognozami wyborczymi wymagają specjalnej do tego metodologicznej podbudowy.

Reasumując, można powiedzieć, iż metody oraz techniki badawcze nauk społecznych jakie się współcześnie stosuje są potrzebne by osiągnąć cel, jakim jest zwycięstwo polityka lub partii politycznej w wyborach. Pomagają stworzyć strategię przed wyborami, rozpoznać potencjalnych wyborców, śledzić i prowadzić kampanie w czasie trwania wyborów a po nich są nieocenionym źródłem wiedzy dla polityka o ludziach go popierających. Dane uzyskane z pomocą różnych metod mogą posłużyć przy prognozowaniu zachowania się społeczeństwa w konkretnych warunkach, co da politykom możliwość zaplanowania reakcji. Skutkiem wykorzystywania przez marketing wyborczy metod oraz technik nauk społecznych, będzie także udoskonalenie tych metod także unaukowanie marketingu ale również udoskonalenie tych metod oraz technik, które mogą sprawdzić się w nowych warunkach w naszym kraju. Należy jednak pamiętać że obok popularnego i wychwalanego sondażu istnieją także inne sposoby uzyskiwania informacji o przekonaniach społeczeństwa i ich potrzebach. Dobrze byłoby, gdyby badanie takie przeprowadzać z pomocą kompetentnych osób, a nie badaczy, którzy są amatorami, i wiedzę opierają tylko i wyłącznie na amerykańskich filmach.....

Czytając powyższy tekst można by się zastanowić dlaczego piszę o badaniach sondażowych w tym akurat miejscu??... Otóż uważam że od ich przeprowadzania powinno się zacząć prowadzić prawdziwy marketing wyborczy... Można z nich wywnioskować jakie zachowania są w społeczeństwie dobrze postrzegane, jakie cechy osobowościowe są akceptowane itp. W sumie można stworzyć ideał polityka i podsunąć mu pomysły jak ma się zachowywać co mówić, gdzie pojawiać się. Szczególnie jest to ważne w czasie kampanii czy to do sejmu czy prezydenckich i samorządowych. Wtedy też zaczyna się cały szum z sondażami, są one odpowiedzią czy zachowanie, wypowiedź, gest kandydata jest dobrze postrzegany przez społeczeństwo, daje również możliwość zdobycia nowego elektoratu obiecując coś w zamian. Sondaże są przeprowadzane nie tylko dla telewizji czy prasy lecz także na życzenie sztabów wyborczych. Jednak jak się okazuje często dochodzi do manipulacji o czym już pisałem i w finalnym rozrachunku wynik okazuje się rozczarowaniem nie tylko dla polityków lecz także

dla społeczeństwa. Myślę że należało by naprawić sposób ich przeprowadzania, starać się nie dopuścić by stały się narzędziem w rękach polityków i pomagały im fałszować rzeczywistość byle tylko dostać stanowisko o które się ubiegają....

Rynek polityczny jest wypełniony ciągłą walką polityczną. Nie wystarczy już doprowadzić do zwykłej transakcji podczas wyborów. Trzeba również cały czas dbać o dobre relacje z naszym obecnym lub potencjalnym elektoratem.

Ivy Ledbetter Lee - Jeden z twórców public relations rzekł kiedyś : „*The public should be informed*” -opinia publiczna powinna być informowana.²³⁰ Późniejsze działania doprowadziły do tego, że rzetelność informacji, otwartość w komunikacji , czy traktowanie odbiorców jako swoich partnerów stały się głównymi zasadami w stosowaniu public relations. Stosowanie powyższych zasad dawało możliwość trwałego utrzymywania stosunków (relacji) z otoczeniem. Im bardziej otwarta na komunikację stawała się organizacja partia czy polityk, tym była lepiej oceniana oraz miała lepsze stosunki mogła także nawiązywać ze swoimi partnerami. Duże znaczenie znaczenie dziedziny public relations, związane z konkretnymi korzyściami praktykowania jej zasad, skutkowało włączeniem public relations w szeroko pojmowany marketing.

Public relations to część koncepcji tzw. marketingu mix i obok marketingu bezpośredniego, sprzedaży osobistej, promocji sprzedaży oraz reklamy, które do tej pory są stosowane weszła w skład promotion mixu. Wraz z rozwojem koncepcji marketingowych zmieniała się też jego filozofia. Początkowo traktowano marketing tylko jako instrument służący do zrealizowania celu jakim jest transakcja na linii sprzedający (politycy partii sprzedający program wyborczy) -kupujący (którymi są obywatele). Zaczęto się zastanawiać nad długookresowym podejściem do klienta (obywatela), tak by cały czas był wierny danemu produktowi (często produkt jest po prostu przereklamowany) . Wymogło to zmiany na coraz bardziej konkurencyjnym rynku. Jeżeli organizacja, partia czy ktoś z polityków chcieli na nim pozostać konieczne było rozpoznanie i odpowiedź na te zmieniające się potrzeby klientów. Popularne używane sformułowanie biznesowe (tak je nazwałem gdyż uważam że dostać się do świata polityki to jakby trafić milion w lotto) „Klient to nasz Pan” zastąpiono stwierdzeniem „Klient to nasz Bóg”.

Marketing transakcyjny w założeniu koncentruje się na wywołaniu w świadomości klientów

230 K. Koseła, A. Sułek, *Metody badania procesów społecznych*, Uniwersytet Warszawski, Instytut socjologii, Warszawa 1983,

potrzeby dokonania zakupu danego towaru. W tym celu wyznacza się szereg konkretnych działań (zaakceptowania danego programu partii politycznej lub kandydata). Marketing relacji ma oprócz tego zadanie - dbania o relacje z klientem – traktowania go jako partnera- czasami nazywa się go właśnie partnerskim (im bliżej z obywatelami tym lepiej) i powiązanie z daną marką (danym produktem jakim jest program wyborczy).

Koncepcja instrumentów marketingowych, nazwana w marketingu transakcyjnym koncepcją tzw. 4P (Product, Price, Place, Promotion), czyli: produkt, cena, dystrybucja i promocja, jest w marketingu często zastępowana przez inną koncepcję: 5I która została zaproponowana przez D. Peppersa i M. Rogersa (Identification, Individualization, Interaction, Integration, Integrity). Identyfikacja to poznawanie i można stwierdzić że dokładnie uczeniem się konsumenta by nawiązać dialog, indywidualizacja to przystosowanie oferty programowej do niepowtarzalnych potrzeb indywidualnego konsumenta (wyborcy), by podjąć z nim interakcje i zapoczątkować dialog, zrozumienie dlaczego zmieniają się jego potrzeby oraz pogłębianie procesu uczenia konsumenta, a integracja relacji z nim oraz wiedza wewnątrz partii politycznej (sztabu wyborczego) powinny być spójne. Powinno się koordynować wewnątrz jej działania. Uczciwość w relacji (integrity) powiązana jest z zdobywaniem zaufania, oraz poczucia prywatności i lojalności konsumenta wobec partii politycznej (sztabu) oraz partii politycznej (sztabu) wobec konsumenta (wyborcy).

Idee marketingu relacyjnego realizują tzw. CRM-y (z ang. Consumer Relationship Management). Czyli : specjalne systemy do zarządzania relacjami z klientami (obywatelami). W jego skład wchodzi zespół instrumentów które są potrzebne do zarządzania kontaktami z ludźmi. Ich zastosowanie pozwolą na stworzenie portfela potencjalnych zwolenników, którzy kupią program, jest on stale monitorowany i zapewnia nieustanny z nimi kontakt. Informacje które są w nim gromadzone (dochody, przyzwyczajenia, miejsce zamieszkania, historia wcześniejszych wyborów itd.) pozwalają na stworzenie profilu danego klienta i skierowanie w jego kierunku odpowiednich działań. Wszystko to w celu dokładnego poznania jego „duszy” i zawładnięcia nią w taki sposób, aby związać go z daną marką (formacją polityczną).

Jako przykład tego typu marketingu są np. programy lojalnościowe (loyalty programs) oferowane przez niektóre firmy (przykładowo obiecuje się na wiecu z wyborcami czy na specjalnie zwołanych konferencjach prasowych konkretne działania które będą służyły

polepszeniu statusu społecznego danej grupy zawodowej (górnicy) w zamian za głosy). Czasem (jeśli ludzie z danej grupy są delikatnie mówiąc mało inteligentni) owe programy lojalnościowe mogą przeciwdziałać niekorzystnym dla danej organizacji tendencjom rynkowym. Jak napisała Jolanta Tkaczyk w "Skuteczna sprzedaż".

Poradnik działu handlowego i marketingu mówi: „*Program lojalnościowy stanowi narzędzie służące do nawiązywania i utrzymywania pozytywnych relacji z wybranymi, najbardziej wartościowymi klientami.*”²³¹

Z założenia program lojalnościowy jest przedsięwzięciem długofalowym, interaktywnym i zakłada wielokrotny kontakt z klientem. Często jest mylony z promocją lojalnościową, która przeważnie trwa krótko i jest nastawiona na szybki wzrost popularności. Programy lojalnościowe przeważnie stosuje się po to, aby zahamować spadek popularności a nie spowodować jej wzrost”.

Warto się zastanowić dlaczego jest stosowany również w polityce? Jolanta Tkaczyk wymienia sytuacje, w których warto zastanowić o zastosowaniu programu lojalnościowego:

- A) „Wtedy, gdy rynek, na którym działa przedsiębiorstwo jest rynkiem nasyconym i dojrzałym”
- B) "Oferty dostępne na tym rynku niczym się od siebie (oprócz marki i ceny) nie różnią;
- C) "Odbiorcy są zmęczeni reklamami i w związku z tym niewrażliwi na działania promocyjne tego typu"
- D) "Rośnie dystans pomiędzy producentem a klientem”.

Rynek polityczny to rynek nasycony. Jest na nim dużo podmiotów (polityków), które oferują swoje usługi (np. świadczą o tym chociażby dane o liczbie kandydatów w wyborach samorządowych). Na chwilę obecną nie jest to jeszcze rynek dojrzały, ale do tego aspiruje, jednak generalnie brakuje mu pełnej profesjonalizacji.

Oferty polityczne niczym się prawie od siebie nie różnią. Walka toczy się o polityczne centrum (pomijam tutaj niektóre skrajne partie oraz poglądy głoszone przez politycznych radykałów). Politycy reprezentują sobą różne partie. Często zmieniając je do kilkakrotnie w zależności od tego, kto rządzi (oczywiście następuje również rebranding partii politycznych).

231 Wiszniowski R., *Marketing wyborczy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Wrocław 2000

Obywatele są tym znudzeni polityką a zarazem jej głównymi aktorami. Natomiast dystans między politykami a elektoratem pogłębia się. Pojawia się dziwny i dla mnie nie zrozumiały podział „my – oni”. W tej sytuacji zorientowanie na działania które związane są z koncepcją marketingu w szczególności relacyjnego mogą pozwolić osiągnąć przewagę nad konkurencją.

Jako przykład zastosowania na rynku politycznym marketingu mogą być na przykład: Jeśli weźmiemy pod uwagę środki tradycyjne jest to: porządne przyjmowanie wyborców w czasie swoich dyżurów, skrzynka na korespondencje od obywateli (niektórzy mogą zwracać się z pytaniami których nie chcą zadać osobiście lub nie mają dostępu do Internetu), organizowanie specjalnych konferencji, dyskusowania na tematy, które dotyczą problemów nurtujących daną społeczność, wspieranie programów edukacyjnych, społecznych oraz działalność charytatywna (która jest perfidnie przez nie których polityków wykorzystywana ale przynosi efekty)...

Natomiast w zakresie środków komunikacji elektronicznej: aktywna barwna strona internetowa z działającą skrzynką pocztową (element typu. zadaj pytanie), częste czaty z wyborcami a nawet video czaty oraz konferencje (wykorzystując do tego darmowe komunikatory), aktywny udział w różnego rodzaju forach, prowadzenie bloga (np pamiętnik internetowy), darmowy newsletter, który może dotyczyć np. działalności podejmowanej przez posła lub jego partię polityczną (wysyłany po wcześniejszej subskrypcji – na życzenie), e-mail poselski (po skonstruowaniu bazy danych), coraz częściej także facebook, twitter oraz instagram - w nadziei zapewne na byciu celebrytą.

Katalog działań które politycy lub partie mogą podjąć jest dużo szerszy. Zależy od tego jak pomysłowy jest polityk i jego doradcy. Można zatem doradzić politykom. Zapamiętaj polityku: cały czas dbaj o trwałe i dobre relacje z wyborcami. Nie traktuj ich instrumentalnie. Szanuj ich, ufaj im, słuchaj co mają ci do powiedzenia. Przecież to oni podejmują decyzje o twoim losie. Reprezentujesz ich. To tylko jednocześnie tylko tyle i aż tyle.

Na początku rozdziału krótko opisałem czym zajmuje się marketing zaprezentowałem jego wg mnie dwa przykłady zastosowania oraz jego sens bycia...Teraz postaram się jeszcze bardziej wytłumaczyć dlaczego jest on nieodzowną częścią polityki.... *Żadna organizacja nie może uniknąć w swej działalności marketingu*”²³² – taką tezę sformułował P. Kotler i S. Levy dlatego postaram się również przedstawić problem marketingu wyborczego.

232 Kotler P. *Kotler o marketingu. Jak kreować i opanowywać rynki*, Wyd. PSB 1999

Od lat czterdziestych dwudziestego wieku, czyli od momentu gdy pojawiła się teoria marketingu aż do chwili obecnej stworzono wiele jego definicji. Pojęciem „marketing” na początku określano działania które są podejmowane by udoskonalić produkty i zwiększyć ich sprzedaż opierając się o analizę zdania konsumentów. Marketing służył podnoszeniu rentowności przedsiębiorstw przemysłowych. Philip Kotler mówi, że przedmiotem marketingu nie są tylko produkty i usługi same sobie, gdyż może promować ludzi, miejsca, pomysły, doświadczenia i organizacje. Marketing stał się konkretną bazą, która została nazwana w politologii mianem: „marketing polityczny”.

Partie polityczne nie chcą się tylko utrzymać istniejący elektorat, ale chcą pozyskać coraz większą liczbę niezdecydowanych obywateli, ich głos decyduje o przyszłości partii politycznej, o tym czy uda się jej przekroczyć próg wyborczy lub współtworzyć rząd. Rynek polityczny, który utożsamiany jest jako proces interakcji między partiami i liderami politycznymi, którzy występują w roli "dostawcy dóbr", a wyborcami, którzy traktowani są jako konsumenci.

Marketing polityczny to narzędzie służące do osiągnięcia sukcesów na rynku politycznym. Jest to możliwe dzięki prawidłowej orientacji na obywateli, które przejawia się w badaniu oraz poznawaniu ich wszystkich potrzeb a także stworzenie takiej oferty politycznej, która zaspokajałaby jego istniejące potrzeby i by zrodziła się potrzeba, wprowadzenia jej w odpowiednim czasie i miejscu. Specyficzny charakter rynku politycznego także i jego produkt czyli oferta polityczna zmusza do stosowania takich sztuczek, które z jednej strony wypromują określone postulaty ideologiczne i wartości, które są reprezentowanych przez partie polityczne i ich liderów, z drugiej zaś strony – pozwolą na wypromowanie oferty która będzie wychodzić naprzeciw wnioskowanym potrzebom obywateli.

Ta trudna sytuacja powoduje, że czasem sprawnie pod względem technicznym kampania polityczna okazuje się fiaskiem. Celem partii politycznej jest nie tyle pojedynczy sukces polityczny, lecz przede wszystkim przetrwanie partii a powiększenie zakresu wpływu politycznego. Musi cały czas aktywnie poszukiwać tzw. przestrzeni do bycia. Rywalizacja na rynku politycznym, co jest rzeczą naturalną doprowadziła do sytuacji, w której kandydaci polityczni oraz partie polityczne, by powiększyć swoje szanse na zrealizowanie konkretnego celu, muszą dostosować się do nowych reguł i praw, które rządzą areną walki politycznej.

Zgodnie z tezą, iż działania marketingowe prowadzone są cały czas, a przynajmniej tak

powinno być. W czasie trwania kampanii wyborczych następuje natomiast ich szczególna intensyfikacja. Wtedy działania te nazywa się właśnie marketingiem wyborczym. Ich głównym celem jest zwiększenie popularności konkretnych kandydatów oraz programu politycznego partii, oraz doprowadzenie do uzyskania przez kandydatów jak największej liczby głosów, a co będzie oznaczało – zwycięstwo w wyborach ewentualnie osiągnięcie w nich jak najlepszego wyniku

Rozważania nad kategorią marketingu wyborczego obejmują również kwestie, które powiązane są z funkcjonowaniem partii, liderów i kandydatów politycznych na rynku wyborczym. To właśnie mechanizmy tego rynku określają w w jaki sposób funkcjonuje i i jakie są reguły postępowania podmiotów polityki w kontekście kampanii wyborczych. Dawniej rynek wyborczy określano rynkiem pragmatycznym, dlatego że to na nim wyborca prowadził konkretne działania. Zbierał odpowiednie informacje jaka jest treść ofert politycznych i podejmował określone decyzje wyborcze. Teraz jednak działania tego typu są dla wyborcy zbyt kosztowne i skomplikowane. Okazało się, że dość wygodnym miejscem gromadzenia i segregowania odpowiednich informacji dla wyborcy są partie polityczne, wypracowały one określone sposoby komunikowania a także syntetyczniejszą prezentację oferty własnych jak i przeciwników. Analizując rynek wyborczy możemy zwrócić uwagę na dwie podstawowe kategorie, które różnicują jego funkcjonowanie.²³³

- zróżnicowanie lojalności wyborców;
- przepływ głosów z jednej partii do drugiej.

połączając powyższe kategorie możemy wyróżnić cztery rodzaje rynku wyborczego: mały, wielki, otwarty i zamknięty.

Możemy stwierdzić, iż w sensie cybernetycznym rynek wyborczy jest swego rodzaju mikroukładem, który jest względnie odosobnionym, składa się ze wzajemnie ze sobą sprzężonych elementów i stanowi ograniczoną część „makro układu” czyli rynku politycznego. Otoczenie rynku wyborczego, oddziałuje na niego w sposób bezpośredni. Dlatego więc do klasyfikacji rynku wyborczego stosujemy różne kryteria i może to stanowić podstawę głębszej analizy. Z punktu widzenia interesów wyborcy i zaspokajania jego potrzeb, możemy wyróżnić:

233 Kotler P., *Kotler o marketingu*...., 1999

- rynek potencjalnego wyborcy;
- rynek informacyjny;
- rynek przejrzysty – ze świadomym, dobrze zorientowanym elektoratem;
- rynek nieprzejrzysty – z nieokreślonym i niezorientowanym lub niezdecydowanym elektoratem.

Natomiast ze względu na zasięg terytorialny działań marketingowych na rynku wyborczym wyróżniamy:

- rynki krajowe – centralne
- rynki regionalne
- rynki lokalne.

Zabiegiem który służy określeniu sposobów funkcjonowania a także form zorganizowania poszczególnych podmiotów polityki jest proces tzw. "segmentacji rynku wyborczego". Dokonywany jest on przez poszczególne podmioty, które ze sobą rywalizują by efektywnie wytyczyć określone cele strategiczne, połączone z politycznymi potrzebami także dostosowywanych do szybkości zmian w środowisku społeczno - politycznym. Ten ważny proces powinien opierać się na informacjach, które pochodzą z badania otoczenia rynku. Celem tych badań jest podział rynku wyborczego, wg konkretnie zidentyfikowanego środowiska, na względnie jednorodne grupy (segmenty) wyborców. Proces ten precyzuje strefy działania podmiotów rywalizacji i jest punktem odniesienia przy tworzeniu oferty politycznej.

Stosowanie technik marketingu wyborczego służy przede wszystkim -do uatrakcyjnienia przedstawianej oferty politycznej wyborcy. Dlatego strategie wyborcze podmiotów rywalizacji wymagają dobrania właściwych dla złożonego środowiska rynku wyborczego technik marketingu.

A teraz Zestawienie składników marketingu wyborczego

- dotarcie do wyborców w kontekście prowadzenia kampanii wyborczej;
- grupy, projekty programy wyborcze, idee
- udzielone poparcie społeczne; - głos oddany przez wyborcę;

- techniki promocyjne i prezentacyjne²³⁴

Marketing wyborczy jest to zespół działań, które prowadzone są na rynku wyborczym, mają one na celu określenie i wypromowanie konkretnej oferty wyborczej w sytuacji gdy występuje silna konkurencja. Techniki marketingowe służą również skutecznej kreacji wizerunku partii politycznej, lidera partyjnego, kandydata politycznego w kontekście kampanii wyborczej. Każda kampania wyborcza jest szczególnym i niejednorodnym procesem, który musi być poprzedzony dokładnymi badaniami, analizami wyborczymi oraz ankietami. Temu głównie ma służyć właśnie marketing wyborczy.

Marketing wyborczy traktuje się jako część marketingu politycznego. Odpowiada on także za szybkość zmian jakie obserwujemy obecnie w kontekście rozwoju strategii wyborczych podmiotów rywalizujących na wciąż zmieniającym się rynku wyborczym. „Żadna organizacja nie może uniknąć w swej działalności marketingu”. (pisząc słowo "organizacja" miałem na myśli każdą partię, lidera czy kandydata politycznego). Wszyscy potrzebują marketingu wyborczego do kreowania swej oferty politycznej. Powiększa ich szanse na uzyskanie poparcia społecznego, a w związku z tym poparcia ich podczas wyborów swym ważnym w demokracji głosem....²³⁵

234 Kotler P., *Kotler o marketingu.....*, 1999

235 Jabłoński A.W., Sobkowiak L., *Studia z teorii polityki (tom II)*, Wrocław 200 ; Antoszewski A., Herbut R. (2000), *Leksykon politologii*, Wrocław 2000

3.2. Marketing polityczny

Marketing polityczny wprowadza do polityki taki zestaw narzędzi dzięki którym prostsza jest komunikacja polityczna, również wzrasta efektywność działań, które mają na celu zdobycie głosów nowych i utrzymanie poparcia obecnych wyborców. poniższy tekst jest próbą opisania najpopularniejszych środków jakimi posługują się sztaby we współczesnych kampaniach wyborczych. Działania marketingowe, które podejmuje się na arenie politycznej podobne są do tych, które stosuje się na rynku komercyjnym, pojawia się więc konieczność stosowania niektórych metod i narzędzi niepolitycznych, by zdobyć wyborczą akceptację.

Przekazanie wyborcom konkretnego komunikatu za pomocą technik i metod kampanii wyborczej tworzy proces porozumiewania marketingowego (dialog między politykiem lub jego partią a wyborcą, który oczekuje zaspokojenia własnych potrzeb). Po analizie rynku politycznego i opracowaniu odpowiedniej strategii nadchodzi czas by właściwie zaprezentować polityczny produkt (czyli najprościej mówiąc złożyć obietnice). Skuteczne przekazanie o nim informacji, w połączeniu z perswazją jest istotą kampanii wyborczej.²³⁶ Ze względu na nieokreślone dokładnie upodobania nabywców oferty towaru politycznego, musi być ona bardzo elastyczna i niż w przypadku marketingu ekonomicznym. To z kolei warunkuje zastosowanie różnych mechanizmów oraz środków promocji.²³⁷ Dlatego też obecne kampanie nakierowane są na klasyczną formę reklamy, oraz bezpośredni kontakt z wyborcą a także zabiegi o charakterze *public relations*.

Warto zastanowić się jaką rolę w marketingu politycznym odgrywa "REKLAMA".? Reklama jest jednym z popularniejszych narzędzi, które wykorzystuje się w celu dotarcia z wiadomością do społeczeństwa i docelowego rynku. Philip Kotler zdefiniował ją jako „wszelkiego rodzaju płatną formę nieosobistej prezentacji oraz promocji pomysłów, dóbr lub usług przez określonego sponsora”²³⁸. Jej zadaniem jest dostarczanie informacji, nakłanianie i przypominanie. Reklama informująca stosowana jest w pierwszej fazie promocji produktu, by stworzyć popyt podstawowy. Nakłaniająca natomiast stosowana jest w kolejnym stadium: konkurencyjnym, w czasie, gdy celem jest wytworzenie popytu na dokładnie nakreślonej markę owego produktu produktu. Przypominająca jest natomiast istotna w stadium dojrzałości

236 M. Mazur, *Marketing polityczny, studium porównawcze*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 107

237 G. Ignaczewski, *Specyfika marketingu politycznego w Polsce*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2004, s. 25.

238 Ph. Kotler, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie, kontrola*, Gebethner i Ska, Warszawa 1994, s. 574.

produktu. Jej podstawowym celem jest ciągle przypominanie o istnieniu produktu²³⁹.

Prawie tak samo jest w marketingu politycznym, gdzie reklama jest jedną z głównych podstawowych technik. Jej istotą jest ciągle i często powtarzane sformułowanego przekazu. Jak pisze Marek Mazur „*Reklama polityczna to forma komunikowania politycznego za pośrednictwem mediów masowych, której celem jest przekonanie wyborców, aby głosowali na kandydatów lub partię*”.²⁴⁰ Biorąc pod uwagę treści reklam politycznych, dzielimy je na te, które przedstawiają kandydata, reklamy problemowe, które dotyczą spraw określonych w sondażowych badaniach oraz reklamy negatywne, w których atakuje się przeciwnika²⁴¹.

Ze względu na specyfikę środków masowego przekazu możemy wyróżnić następujące rodzaje reklam: wizualne, audytywne i audiowizualne. Najstarszą z nich formą jest wizualna, wyrażana jest przez znaki, symbole i obrazy. Zalicza się do niej forma prasowa, która pełni nieznaczną rolę w kampanii wyborczej. Wynika to z faktu, że gazety coraz częściej postrzegane są jako mało wiarygodne źródła. Reklama prasowa może być łatwiej odrzucona przez wyborce niż np. telewizyjna czy radiowa. Bardziej skuteczne w dotarciu do obywateli są *billboardy* oraz plakaty.²⁴² Ulotki to kolejny środek marketingu politycznego, są one tanie w produkcji. Mogą zawierać dużo informacji, są również prostą formą promocji. Istnieje jednak spore zagrożenie, że duża ilość ulotek podczas kampanii osłabia ich skuteczność.²⁴³

Reklamę audytywną wykorzystuje radio oraz produkty przemysłu fonograficznego (np. płyty kompaktowe). Do niej należą: lokalny charakter, możliwość powtarzania emisji określonych programów oraz relatywnie niskie ceny. Jest ona także mniej denerwująca niż telewizyjna, co może zwiększyć jej skuteczność.²⁴⁴ Radio natomiast jako nośnik informacji ważną rolę odgrywa rano, kiedy towarzyszy słuchaczom w godzinach ich pracy. Wadą takiego przekazu jest jednak to, iż jest stosunkowo on krótki i wymaga powtórzeń²⁴⁵. Reklamę audiowizualną wykorzystuje telewizję, kino, sieci komputerowe oraz filmy wideo. Jednak najpopularniejszy jest oczywiście telewizyjny (choć coraz szybciej dogania go internet) przekaz reklamowy,

239 Patrz: Tabela przedstawiająca możliwe cele reklamy, [w:] P. Kotler, *Marketing...*, dz. cyt., s. 576.

240 M. Mazur, *Marketing...*, dz. cyt., s. 111.

241 Tamże

242 *Billboardy* to duże plakaty o wymiarach 300x500 cm i 400x600 cm, najczęściej usytuowane przy drogach i autostradach a także w centrach miast

243 M. Mazur, *Marketing...*, dz. cyt., s. 113

244 W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny, perspektywa psychologiczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006, s. 351.

245 M. Jaśniok, *Strategie marketingowe na rynku politycznym*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Kraków 2007, s. 132.

w którym to łączy obraz, dźwięk, ruch, przez co mocno oddziałuje na dużą ilość zmysłów, przyciąga uwagę. Zaletą przekazu telewizyjnego jest jego szeroki zasięg, zróżnicowani odbiorcy, wyodrębnione pasma nadawania i możliwość emocjonalnego przekazu. Wadą może okazać koszt oraz ograniczony czas.²⁴⁶ W kampanii marketingowej telewizja odgrywa główną rolę, gdyż jest najskuteczniejszą formą komunikowania. Wyróżnić w niej możemy wiele form reklamy telewizyjnej.

Migawki nadawane są zazwyczaj w czasie największej oglądalności. To krótkie reklamy, które informują o nazwisku kandydata, pozycji na liście oraz numerze listy. Zawierają również slogan wyborczy. Inną popularną formą reklamy audiowizualnej są tzw. „gadające głowy”. Przedstawiony w taki sposób kandydat kieruje swój apel bezpośrednio do wyborcy. Nawiązuje w ten sposób kontakt bezpośredni patrząc prosto w obiektyw kamery. Istotne jest miejsce, w jakim się znajduje, rekwizyty jakie są w tle takie, jak: flaga, czy godło narodowe.

Kolejną, ważną, jest reklama przypominająca kandydata. Jego zaprezentowanie ma spowodować, że wyborca go zapamięta i będzie rozpoznawany. W tej technice ważne jest, żeby przedstawienie pretendenta, jego wizerunku, znacząco wpłynęło emocjonalnie na wyborców. Kandydata prezentuje się najczęściej z jego rodziną, kochającym współmałżonkiem oraz dziećmi²⁴⁷. Jako przykład tego podać możemy wystąpienia m.in. Prezydenta Stanów Zjednoczonych Ameryki (*United States of America, USA*) George’a Busha w 1992 roku, który promował wartości rodzinne, pokazał się z żoną, dziećmi i wnukami. Podobnie Lech Kaczyński czy Donald Tusk podczas kampanii prezydenckiej w 2005 roku, także im towarzyszyły ich rodziny. Inną formą stosowaną w kampaniach jest reklama dokumentalna, która skupia się na dokonaniach kandydata. To, co osiągnął dotychczas w życiu, ma zaakcentować jego doświadczenie. Odpowiedni obraz kandydata może umocnić pozytywne informacje o nim przez inną osobę, najlepiej z autorytetem i dużą popularnością. W przeważającej części są to celebryci ze świata sportu czy filmu. Sympatia, jaką się cieszą wpływa na kształt wizerunku kandydata. Mogą to być również ludzie z ulicy, którzy chwalą kandydata podczas krótkiego wywiadu czy *minidocudrama*, przedstawiają, co dobrego zrobił dla niego kandydat.²⁴⁸

Inną, która zasługuje na dezaprobujący wydźwięk, jest reklama negatywna. Jej cel to

246 M. Jaśniok, *Strategie marketingowe na rynku politycznym*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Kraków 2007, s. 132.

247 M. Mazur, dz. cyt., s. 117

248 M. Mazur, *Marketing ...*

zdyskredytowanie konkurenta w oczach wyborców. Rozpoczęcie takiej kampanii jest wynikiem wydarzeń jakie mają miejsce w procesie wyborczym, oraz informacji z przeprowadzonych badań i sondaży. Zastosowanie reklamy negatywnej jest dosyć ryzykowne, gdyż atak na przeciwnika może zostać negatywnie oceniony przez wyborcę.²⁴⁹ Owy przekaz niesie również za sobą szkodliwe skutki dla demokracji: zwiększa cynizm obywateli w stosunku do polityki, oraz zwiększa poziom absencji wyborczej.²⁵⁰

Czynnikiem, który wpływ na decyzję wyborców i stanowi ważny element kampanii politycznej jest reklama polityczna. Do jej funkcji należy zdaniem Briana Mc Nair'a "zwiększenie identyfikacji społeczeństwa z kandydatem, przyciąganie małego, ale kluczowego segmentu wyborców, którzy „dryfują” lub są niezdecydowani, wzmacnianie poparcia dla partii lub kandydata, atakowanie przeciwników, a także zbieranie pieniędzy”.²⁵¹ Wpływ jaki ma reklama polityczna na decyzję wyborcy to głównie utwierdzenie już istniejącej jego postawy. Tylko w niewielkim procencie reklama zmienia postawy. W sytuacji małej różnicy między kandydatami w odniesieniu do poparcia elektoratu wartość reklamy politycznej bardzo wzrasta. „Wtedy to, najbardziej podatni na wpływ reklamy wyborcy niezależni, decydują o wyniku wyborów”²⁵²

A na czym polega "Kampania bezpośrednia" ??, która jest tak często stosowana??

Jest to jeden ze skuteczniejszych zabiegów marketingowych. Polega on na zaadresowaniu informacji bezpośrednio do wyborcy. Jak pisze Bogusława Dobek- Ostrowska jest przeciwieństwem reklamy rozpowszechnianej masowo. Celem jej przede wszystkim jest dotarcie do wyborcy w sposób bezpośredni z produktem a także przekonanie o jego wartości. Wykorzystując środki reklamy, ma za zadanie wywołać określoną reakcję odbiorców w dowolnym miejscu.²⁵³ Techniki marketingu bezpośredniego w kampanii wyborczej są bardzo skutecznymi narzędziami, umożliwiającymi kontakt z wyborcą na dużą skalę²⁵⁴

Do podstawowych technik marketingu politycznego, które wykorzystuje się w kampanii wyborczej, zaliczamy odwiedziny u wyborcy, pocztę i telemarketing. *Canvassing*, czyli odwiedzanie wyborców w ich domach przez kandydata czy pracowników sztabu jest bardzo

249 M. Mazur, *Marketing ...*, s. 125

250 T. Płudowski, *Komunikacja polityczna w amerykańskich kampaniach wyborczych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 103.

251 B. McNair, *„Wprowadzenie do komunikowania politycznego”*, Poznań 1998, s. 107

252 M. Mazur, *Marketing ...*, dz. cyt., s. 127

253 B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2006, s. 330

254 M. Mazur, *Marketing ...*, dz. cyt., s. 127

często wykorzystywaną metodą promocji. Służy przede wszystkim pozyskiwaniu funduszy oraz przekonaniu wyborców. Jest również ważnym źródłem do zdobywania informacji o wyborcach. Technika ta nazywana jest również mianem *door-to-door campaigning*.²⁵⁵ Spotkania, które czasem ograniczają się do uścisku dłoni, zostaje zapamiętywane przez wyborcę i w przypadku niepewności w czasie głosowania może to mieć istotne znaczenie. Technikę *canvassingu* mogą np zrealizować wolontariusze lub wynajęci do tego zadania pracownicy. Powodzenie kampanii w taki sposób zależy od „jakości nadzoru realizacji planu, poziomu doświadczenia i motywacji pracownika, jego zdolności komunikacyjnych, skuteczności apelu kandydata skierowanego do publiczności, terytorium na którym prowadzona jest kampania” Jak twierdzi Jack Otto poczta bezpośrednia w marketingu to są reklamujące określony produkt listy, które są adresowane imiennie, i oferują jego kupno.²⁵⁶

W kampanii wyborczej partie wysyłają materiały, które promujące ich program wyborczy, także różnego rodzaju ulotki, listy od kandydatów. Celem tych zabiegów jest wypromowanie programów i kandydatów, mobilizacja ludzi, by wywarli wpływ na politycznych liderów, zebranie pieniędzy na całą kampanię także rekrutacja nowych członków dla grup i stowarzyszeń.²⁵⁷ Natomiast technika poczty bezpośredniej realizowana jest poprzez pocztę tradycyjną (listy i ulotki, które trafiają do skrzynki listowej) i pocztę elektroniczną czyli tzw. e-marketing.²⁵⁸

Zaletą poczty bezpośredniej jest to, że pozwala na selektywność rynku. Adresowana jest do konkretnych grup wyborców. Umożliwia również indywidualizację konkretnego przekazu. To w zależności od głosującego tworzy się ofertę polityczną oraz odpowiedni komunikat. Jednak w przypadku zbyt dużej ilości tak otrzymywanych informacji zmęczony wyborca odrzuca je bez przeczytania do kosza lub natychmiast usuwa ze skrzynki mailowej.

Inną techniką, która wykorzystywana jest w kampanii bezpośredniej to telemarketing. Polega na dotarciu do indywidualnych elektorów poprzez telefon. Opiera się na bazach danych z numerami potencjalnych wyborców. *Telemarketing* realizuje dwa zadania. Po pierwsze zbiera fundusze, po drugie nakłania do głosowania. Zaletą tej techniki jest możliwość dotarcia do segmentu zlokalizowanego geograficznie. Jak twierdzi Kathleen Jamieson „*Nagrane przez*

255 Mazur, *Marketing ...*, dz. cyt., s. 127

256 J. Otto, *Techniki marketingowe w polityce*, „Marketing i Rynek”, 1994, nr 2, s. 18.

257 M. Mazur, *Marketing ...*, dz. cyt., s. 127

258 *E-marketing* bazuje na sieci internetowej, wykorzystuje adresy użytkowników oraz strony internetowe partii i kandydatów

telefon wiadomości przyciągają większą uwagę niż inne reklamy. Jeżeli ludzie zgadzają się z tym co słyszą, puszcza ją taśmę z nagraniem ponownie, wielokrotnie dla swoich przyjaciół”²⁵⁹

Wykorzystanie technik marketingu bezpośredniego w czasie trwania kampanii wyborczej może przynieść konkretne korzyści w sytuacji, kiedy grupa docelowa zostanie dokładnie określona a przekaz dostosowany będzie do jej zainteresowań. Wartość opisanych technik wynika z faktu, że są one kontaktem bezpośrednim na masową skalę, co podyktowane jest coraz szybszym rozwojem mediów sieciowych, oraz komputeryzacja także takich technik, jak poczta elektroniczna, bazy danych czy telefonia.

Rola PUBLIC RELATIONS

Działania PR, są ciągłe i planowane, tworzą bardzo złożony proces. Pierwszy etap to analiza sytuacji wyjściowej, polega na gromadzeniu informacji o jakiejś instytucji (w przypadku kampanii wyborczej są to informacje na temat kandydata i partii) na podstawie zebranej dokumentacji, sprawozdań, wycinków prasowych.

Bada się również jaki jest wizerunek organizacji w otoczeniu, w jakim działa, a także samo otoczenie, jego skład i charakter. Na podstawie wszystkich zdobytych informacji tworzy się ogólną ocenę stanu wyjściowego. Drugim etapem, jest tworzenie działań PR. Należy więc sformułować cele, dotyczące głównie sfery wizerunku organizacji także jej komunikacji z otoczeniem. Znaczenie ma tu skonkretyzowanie grup docelowych czyli tych, które działają w otoczeniu organizacji. Określenie charakteru owych grup w kontekście różnych kryteriów np. demograficznych, kulturowych służy przede wszystkim ustaleniu konkretnej strategii, która będzie inna dla każdej z tych grup. To umożliwia dobór właściwych metod i środków oddziaływania. Kolejną fazą jest wdrożenie opracowanego programu PR, wymaga to systematyczności oraz konsekwencji w stosowaniu zaplanowanych wcześniej działań.

Ostatni etap to ewaluacja, czyli zamknięcie procesu PR. Robi się to poprzez oszacowanie jego skuteczności za pomocą badań kontrolnych. Faza ta jest najtrudniejsza, gdyż efekty opracowanych strategii PR ze względu na strukturę działania oraz długofalowy skutek są trudne do mierzenia. W procesie komunikowania politycznego coraz większe znaczenie przypisuje się *public relations*. Edward Bernays, twierdzi że PR, to jest próba „skonstruowania publicznego wsparcia dla działania, przypadku, ruchu lub instytucji,

²⁵⁹ J. Poniewozik, *Campaign Ad Nauseam*, „Time”, <http://www.time.com/time/nation/article/0,8599,59732,00.html>, 15.05.2012.

poprzez informację, perswazję i dostosowanie się”²⁶⁰. Natomiast Frank Jefkins podaje taką definicję *public relations* - „wszelkie formy zorganizowanej komunikacji pomiędzy organizacją i jej publicznością zmierzające do osiągnięcia pewnych celów dotyczących wzajemnego zrozumienia”.²⁶¹

Z kolei Tomasz Goban-Klas PR nazywa „zarządzanie komunikowaniem w obrębie i w otoczeniu instytucji (urzędu, przedsiębiorstwa, organizacji)”²⁶² W kampanii wyborczej istotą PR jest oddziaływanie na przepływ informacji między wyborcą a kandydatem. Dzięki temu kandydat, czy partia polityczna tworzy, utrzymuje lub też odzyskuje dobre imię poprzez przedstawienie wyborcom swojej misji. Poza wzbudzaniem zainteresowania, budową wizerunku PR pomaga także wprowadzić na rynek polityczny nowe podmioty. Broni również partii przed atakami konkurencji. Aby osiągnąć ten cel trzeba odpowiednio dobrać informacje oraz środki masowego przekazu²⁶³ W krajach gdzie bardziej rozwinięta jest demokracja praktykowanie PR-y wynika z pragmatyzmu i kalkulacji ekonomicznej. Działania PR opłacają się, gdyż jak twierdzą inicjatorzy przyczyniają się do stworzenia odpowiednich warunków rozwoju danej organizacji. W zależności od pola działania PR występuje w dwóch formach²⁶⁴. Pierwsza to zabiegi wewnętrzne, skierowane są one na działanie w środowisku. Dotyczy ono zaplanowanego i świadomego kształtowania dobrych relacji w konkretnych organizacjach. Druga ma charakter zewnętrzny, w którym nacisk kładzie się na stosunki z otoczeniem.²⁶⁵

Co ciekawe, w przeciwieństwie do innych marketingowych technik cele PR-u osiąga się w dłuższym okresie czasu, gdyż nie mają one charakteru kampanijnego i wyrwykowego. Ich efekty zależne są od systematyczności działań, profesjonalnego zorganizowania oraz planowej realizacji.²⁶⁶ James Gruning wyróżnił cztery modele, które opisują kształtowanie się stosunków między organizacją i otoczeniem, i które odzwierciedlają stadia rozwoju praktyki *public relations* oraz stopnie zaawansowania. Pierwszy, najstarszy z nich, to model agencji prasowej (agencji *publicity*). Opiera się on na komunikacji jednostronnej, od organizacji do otoczenia. Celem tego działania w tym modelu jest nadanie większego rozgłosu organizacji,

260 S. Black, *Public Relations*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998, s. 52.

261 F. Jefkins, *Public Relations*, The M & Handbook Series 1992, s. 8.

262 T. Goban-Klas, *Public Relations, czyli promocja reputacji, pojęcia, definicje, uwarunkowania*, Business Press, Warszawa 1997, s. 20

263 B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...*, dz. cyt., s. 439

264 M. Janik-Wiszniewska, *Promocja i reklama polityczna*, [w:] A. W. Jabłoński i L. Sobkowiak (red.) *Marketing polityczny w teorii i praktyce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2002, s. 186.

265 Tamże, s. 150-151

266 B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...*, dz. cyt., s. 341

niekoniecznie zachowując przy tym rzetelność informacji.

Następny, jest model informacji publicznej. Podobnie, jak w przypadku modelu agencji prasowej komunikacja jest jednostronna i w tym samym kierunku, przekazywane informacje są rzetelne i pełne.

Trzeci przedstawiony przez J. Gruninga to: model dwustronnie asymetryczny. Komunikacja w nim zachodzi od i do organizacji, jednak poprzez zdobyte z otoczenia informacje siła polityczna nie planuje dokonywać zmian po swojej stronie. Próbuje natomiast wyrzucić po stronie otoczenia.

Ostatni model praktyki, najlepszy zdaniem Gruninga, to model dwustronnie asymetryczny. Występuje w nim komunikacja dwustronna z możliwością wywarcia wpływu zarówno po stronie otoczenia, jak i po stronie organizacji. To najbardziej ten model odpowiada istocie PR, ponieważ pozwala utrzymać równowagę między komunikującymi się stronami. Wszystkie te schematy wykorzystywane są, w zależności od sytuacji. Najczęściej organy władzy, czy rządowe agendy posługują się modelem informacji publicznej.²⁶⁷

Do zadań *public relations* należy głównie administrowanie, kierowanie personelem, budżetem i programami PR. Ważne jest także prowadzenie prac badawczych, analiza odbiorców, diagnozowanie sytuacji kryzysowych, ocena przebiegu kampanii PR, jak również określanie potrzeb i priorytetów strategii PR.

Ważnym elementem są również kontakty z mediami poprzez przygotowywanie konferencji prasowych oraz wywiadów, i dostarczanie środkom masowego przekazu materiałów gotowych do rozpowszechniania. Istotna jest również aranżacja wystąpień dla mediów, redagowanie publicznych przemówień osób reprezentujących daną instytucję, tworzenie pisemnych materiałów informacyjnych i promocyjnych, działalność wydawnicza, prowadzenie treningu i szkoleń fachowego personelu, a także utrzymywanie kontaktów niepublicznych z instytucjami, które tworzą otoczenie instytucji.²⁶⁸

Aby zrealizować cele PR niezbędne są odpowiednie instrumenty i zespoły technik, dzięki którym będzie promowany wizerunek podmiotu i zachowana zostanie dwustronna komunikacja oraz integracja z otoczeniem.

267 K. A. Paszkiewicz, *Public ...*, dz. cyt., s. 153-154.

268 B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...*, dz. cyt., s. 347-348.

Jedną z najstarszych technik, wciąż popularnych we współczesnym *public relations*, jest *publicity* (reklama nieodpłatna). Zaliczyć do niej można np. konferencje prasowe, które zwoływane są w celu przekazania ważnych informacji, również wywiady, które są techniką mocno naznaczoną osobowością udzielającego wywiad, przemówienia i prezentacje o różnym charakterze.

Także wydarzenia specjalne, tzw. *media events*, które obejmują organizację różnego rodzaju imprez takich, jak konwencje partyjne, wystawy i konferencje²⁶⁹

Wśród instrumentów PR poważną rolę spełnia rzecznictwo prasowe. Rzecznik prasowy to łącznik między organizacją a opinią publiczną i środkami masowego przekazu. Poza samym dostarczaniem informacji odpowiada również za budowanie relacji między instytucją a jej otoczeniem. Komunikaty, które wysyła za pośrednictwem dziennikarzy, z którymi współpracuje docierają do mediów. Zaliczyć do nich trzeba: oświadczenia dla prasy, komunikaty informacyjne, informacje prasowe, opracowania tematyczne oraz specjalistyczne, gotowe artykuły do publikacji czy materiały fotograficzne.

Często to jak postrzegamy daną instytucję wiąże się z tym jak postrzegamy jej rzecznika.²⁷⁰ Jako narzędzie, z *public relations*, wytworzyły się *media relations*, które powiązane są z rzecznictwem prasowym. Odnoszą się bezpośrednio do komunikacji z dziennikarzami i personelem środków masowego przekazu. Do ich zadań należy jak najbardziej korzystnie utrzymać stosunki z massmediami przez ważne osoby sceny politycznej (prezydentów, premierów, szefów partii) oraz personelu *public relations*, odbywa się to poprzez częsty dialog, również budowę zaufania oraz zrozumienia.²⁷¹ Następnym ważnym instrumentem, który wykorzystuje się w komunikacji *public relations* jest rzecz jasna *lobbying*. Jacek Sroka, który przytoczył jego definicję za Allanem Greerem i Paulem Hoggetem pisze że „*lobbying to takie działanie organizacji grup interesu, które polega na dostarczaniu we właściwym czasie, w konkretnym miejscu oraz wybraną drogą odpowiednio opracowanych informacji. Celem tego rodzaju przedsięwzięcia jest legalna korekta politycznego procesu decyzyjnego, której wdrożenie sprzyjać będzie realizacji interesów grupowych*”²⁷². Kiedy dochodzi do nieprzewidzianych i niepożądanych sytuacji, które zagrażają wizerunkowi polityka

269 B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...* dz. cyt. s. 348-350.

270 Tamże, dz. cyt., s. 350-351.

271 B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...* s. 352

272 Sroka, *Lobbying jako strategia promocji interesów grupowych*, [w:] A. W. Jabłoński, L. Sobkowiak (red.), *Marketing ...*, dz. cyt., s. 202.

podejmuje się działania reaktywne PR, inaczej nazywane są one „zarządzaniem kryzysowym”, których celem jest poprawa nadszarpniętego autorytetu lub jego wiarygodności.²⁷³ *Public relations*, jako forma komunikowania masowego, i jako zespół technik komunikowania marketingowego ma na celu zidentyfikowanie, podtrzymanie oraz rozwój stosunków między organizacją a jej otoczeniem – publicznością. Wszystkie techniki które wykorzystywane są przez PR mają pomóc w we właściwym zarządzaniu informacją oraz środkami masowego przekazu. W rezultacie przekłada się to na zarządzanie wizerunkiem, które uważane jest za istotę *public relations*.

Strategie marketingowe w polityce

Wszystkie działania podmiotów politycznych, które decydują się walczyć na rynku politycznym, muszą mieć charakter całościowy, a zdobycie przewagi nad konkurentami może nastąpić tylko i wyłącznie w przypadku zastosowania strategii marketingowej, jako zasadniczej czynności. Podstawą działania podmiotów politycznych w dłuższym okresie czasu jest rozwój. Jego osiągnięcie może być spowodowane opracowaniem oraz wdrożeniem strategii, zatem celowego działania, które ma trwały i spójny charakter.

Jest pewnego rodzaju sposobem zachowania się, który wynika z zastosowanych w strategii zasad podejmowania decyzji.²⁷⁴ P. Kotler definiuje strategię, jako „*wybór celów oraz reguł polityki, które nadają kierunek działaniom marketingowym organizacji, wyznaczając rozmiary, kombinację i alokację środków w zależności od zmieniającej się sytuacji rynkowej*”²⁷⁵ Jak mówi Marek Prymon strategia to „*system wartości, który pozwala na rozpoznanie i ocenę szans i zagrożeń, co z kolei umożliwia podejmowanie działań dla zapewnienia długotrwałej egzystencji*”.²⁷⁶ Pojęcie strategii odnosi się często do etapu, który poprzedza podjęcie konkretnych czynności. Obejmuje zarówno analizę oraz planowanie przedsięwzięć, jak również dobór metod i środków działania. Marketingowa oraz rynkowa orientacja wiąże się z przyjęciem przez podmioty polityczne "myślenia strategicznego", składa się na nie analiza, wdrożenie założeń oraz ocena realizacji zadań.²⁷⁷

Aktualnie wyróżnić możemy dwa typy strategii politycznych: sektorowe i funkcjonalne. Pierwsze odnoszą się do programu partii politycznej i są zależne od tego, w jak dużym

273 B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...*, dz. cyt., s. 352.

274 M. Jaśniok, *Strategie ...*, dz. cyt., s. 17

275 P. Kotler, *Marketing ...*, dz. cyt., s. 52.

276 M. Prymon, *Strategia marketingowa*, Wydawnictwo Uczelniane AE, Wrocław 1989, s. 145.

277 przede wszystkim *e-marketing*, będą dominującym elementem w obecnych i przyszłych kampaniach wyborczych. B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...*, dz. cyt., s. 322.

stopniu w programie partii odbijają się oczekiwania i potrzeby wyborców. To program jest elementem transakcji, jaka dokonuje się w czasie trwania wyborów. Przedstawiają sposoby, z pomocą których można rozwiązać ważne kwestie w poszczególnych sektorach polityki państwa tj. ekonomicznym, bezpieczeństwa czy polityki społecznej.²⁷⁸ Drugie – funkcjonalne stosowane są wobec członków partii, jak i konkurencyjnego otoczenia. Ich celem jest zapewnienie odpowiednich warunków funkcjonowania podmiotu politycznego, również zapewnienie kontroli wewnętrznej a także pozyskanie poparcia dla partii ze strony wyborców i innych uczestników rynku politycznego. Do strategii funkcjonalnych zaliczyć możemy kadrowe, koncentrujące się wokół polityki personalnej partii. To one wyznaczają drogi awansu na szczeblach partii, wpływają na to kto ma w niej władzę. Następnym typem są strategie finansowe, związane z budżetem partii. Określają w jaki sposób pozyskuje się fundusze oraz jaki jest ich podział. Do elementów tej kategorii należy podejmowanie działalności gospodarczej lub inwestowanie na rynku ekonomicznym, w celu zagwarantowania organizacji wpływu do jej budżetu. Następną strategią która wyróżnia się, jest strategia komunikacyjna, opiera się ona na narzędziach komunikowania marketingowego. Powinna wskazywać ona na ważne kanały komunikowania, wybór technik, grupy docelowe oraz zasięg terytorialny. Ostatnim typem wśród strategii funkcjonalnych jest strategia marketingowa, która obejmuje swym zasięgiem strategie wyborcze oraz koalicyjne.²⁷⁹

Strategie marketingowe to integralny element zarządzania marketingowego i strategicznego”.²⁸⁰ Są zbiorem zasad, wyznaczają ramy dla przedsięwzięć podmiotu politycznego. Najwięcej uwagi poświęca się strategiom wyborczym. Jak twierdzi B. Dobek-Ostrowska strategia wyborcza jest „*to zespół procedur, rozwiązań i decyzji dotyczących prowadzenia kampanii wyborczej, które mają doprowadzić podmiot rywalizacji politycznej do sukcesu*”.²⁸¹ Robert Wiszniowski definiuje strategię wyborczą, jako „*sposób służący przygotowaniu i wdrożeniu tych ofert politycznych, które umożliwią pozyskanie określonej klienteli wyborczej w celu obsadzenia, jak największej liczby obieralnych stanowisk publicznych, w określonych pod względem miejsca i czasu warunkach społecznych, kulturowych, politycznych i gospodarczych*”.²⁸² Wiele czynników oddziałuje na wybór konkretnej strategii wyborczej, aczkolwiek za najważniejszy uznaje się charakter wyborczego

278 przede wszystkim *e-marketing*, będą dominującym elementem w obecnych i przyszłych kampaniach wyborczych. B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...*, dz. cyt., s. 322.

279 Tamże

280 A. Pomykalski, *Nowoczesne strategie marketingowe*, Warszawa 2003, s. 43.

281 B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...*, dz. cyt., s. 325.

282 R. Wiszniowski, *Marketing wyborczy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Wrocław 2000, s. 76.

ryнку. W zależności od tego jaki jest wielki wyróżnia się: rynek otwarty-wielki, otwarty-mały, zamknięty-wielki, zamknięty-mały

Inna typologia dzieli strategie na przedmiotowe i cząstkowe. Według kryterium stosunku elektoratu do partii i oddziaływania na system przejawiających się postaw oraz tendencji zachowań wyborców, sklasyfikowane zostały strategie przedmiotowe. Ze względu na to wyodrębnić możemy cztery typy strategii wyborczych:

1)" Strategia utwardzania kierowana jest do zwolenników i sympatyków partii. Jej zadaniem jest ugruntowanie w wyborcach ich dotychczasowych przekonań oraz uodpornienie na działania konkurencji. W tym celu sztaby wyborcze utrwalają w wyborcach, cechy produktu, odpowiadające ich oczekiwaniom i jednocześnie przedstawiają im niewielką ilość argumentów sprzecznych z ich stanowiskiem, połączonych z silną kontrargumentacją – występuje wtedy tzw. efekt szczepionki"²⁸³

2) "Strategia poszerzania, która koncentruje się na niezdecydowanym i niegłosującym elektoracie. Jej zadanie to dostarczenie tym grupom wyborców konkretnych informacji o kandydatach".

3) "Adresowana do zwolenników konkurencji nazwana jest strategią neutralizacji, celem jej jest osłabienie ich postaw i wzbudzenie wątplenia również zniechęcenie do oddania głosu głosowania".

4) Strategia odwracania, polegająca na doprowadzeniu do głosowania na partię jej przeciwników politycznych. Przykładem jest wybieranie tzw. mniejszego zła czy też głosowanie przeciwko komuś.²⁸⁴

Mniejsze segmenty strategii wyborczej to strategie cząstkowe, zaliczyć do nich możemy: strategię personalną, celem jej jest odpowiedni dobór kandydatów, aby zagwarantować partii wyborczy sukces. Dobór może wynikać ze względów przestrzennych- strategia penetracji przestrzennej, społecznych - tak aby poszczególne grupy wyborców miały swego reprezentanta we wszystkich okręgach, czy z reprezentacji wewnętrznej, lub też możemy mówić jeszcze o strategii koncesyjnej, która polega na zapraszaniu kandydatów innych ugrupowań, którzy deklarują wsparcie. Następną spośród strategii cząstkowych jest strategia finansowa, od niej w istocie zależy skuteczne przeprowadzenie kampanii. Wyróżnić możemy

283 D. Skrzypiński, *Strategie partii politycznych*, [w:] A. W. Jabłoński, L. Sobkowiak (red.), *Marketing ...*, dz. cyt., s. 141.
284 B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...*, dz. cyt., s. 326.

także strategię relacji między partiami, obejmuje ona założenia które dotyczą stosunku do partii konkurencyjnych i sojuszniczych. Ważna jest także strategia komunikacyjna, która odnosi się do komunikowania marketingowego w okresie kampanii wyborczej. Obejmuje publiczną, widoczną część kampanii. W jej ramach partia określa o czym będzie mówić w kampanii wyborczej. Jej celem jest dotarcie do obywateli a w rezultacie uzyskać głosy wyborców.²⁸⁵ Nieodłączną częścią strategii marketingowych, nie licząc strategii wyborczych, są strategie koalicyjne. Ich połączenie wynika z tego, że tylko ich skuteczna realizacja gwarantuje przetrwanie partii oraz zagwarantuje jej rozwój. Strategie koalicyjne wynikają z wyboru modelu koalicji przez przywódców partyjnych, po drugie trafnością wyboru technik i metod negocjacyjnych²⁸⁶. Konieczne jest, by kampania wyborcza była tylko częścią całej strategii marketingowej partii, która to powinna obejmować działania także w okresie między wyborami, aby działania marketingu politycznego prowadzone były ciągle i nieustannie, a politycy zostali wkomponowani w obraz partii politycznej, którą reprezentują. Marketing polityczny wprowadza do polityki zestaw narzędzi, który pomaga w łatwiejszym komunikowaniu politycznym. Wzrasta przy tym efektywność działań mających na celu pozyskanie głosów wyborców. W kampaniach wyborczych w dalszym ciągu niezmiennie jest jego główne założenie, czyli orientacja na wyborcę.

Dziś, w czasach rosnącej roli środków masowego przekazu, najlepsze wydają się te komunikaty, które trafiają do elektorów za pośrednictwem telewizji oraz Internetu. Opisane w tym miejscu techniki kampanii bezpośredniej.

285 B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie ...*

286 Tamże

4. Zakończenie

Kampania wyborcza coraz częściej opiera się na wzajemnym wytykaniu błędów, atakowaniu przeciwników. Unika się merytorycznej debaty, która w uczciwy sposób rozstrzygnęła by kwestie chociażby problemów ze służbą zdrowia czy coraz wyższych składek ZUS....Poniżej postaram się przedstawić dlaczego akurat kampania negatywna okazuje się najbardziej skuteczną metodą zwycięstwa w wyborach...

Kampania negatywna w teorii

Kampania negatywna jest jak już wspomniałem najczęściej używanym i przede wszystkim najskuteczniejszym narzędziem w marketingu politycznym. Na kampanię negatywną składa się cały zespół działań, które prowadzą do zdyskredytowania przeciwnika w oczach wyborców by zdobyć ich przychylności (elektoratu). Jest to narzędzie skuteczne, lecz niebezpieczne dla stosujących ponieważ wszyscy, którzy za miecz chwytają od miecza giną. Dlatego też kampanię negatywną trzeba prowadzić umiejętnie, w odpowiednim czasie, sytuacji i przy użyciu odpowiednich metod i środków.

A oto jakie są cele kampanii negatywnej według R.J.Faber, A.R.Timms, K.G.Schmitt²⁸⁷

- 1."Zniechęcenie wyborców do głosowania na cel ataku. Wynikiem tego jest głosowanie negatywne – przeciwko temu politykowi".
- 2".Dostarczenie możliwości porównania kandydatów, w wyniku czego sponsor reklamy negatywnej uzyskuje Sparcie wyborców".
- 3."Polaryzowanie postaw wyborczych w elektoracie, polegające na wzmacnianiu poparcia dla sponsora reklamy negatywnej".

Metod i sposobów kształtowania negatywnego wizerunku przeciwnika jest bardzo dużo, i mają różne płaszczyzny ich zastosowania. Najbliższymi pojęciami, wiążącymi z kreowaniem negatywnego obrazu rywala są przede wszystkim: dyskredytacja, manipulacja, propaganda. Pojęcia te różnią się od siebie, lecz często są ze sobą tożsame i zmiennie stosowane.

Jak pisze Mirosław Karwat dyskredytacja to: „*Podważanie lub przekreślanie zaufania do tego, kto działa lub wypowiada się – do niego samego z góry i na zawsze, bez względu na to,*

287 Cwalina Wojciech, Falkowski Andrzej, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005 s.483

*co powie czy zrobi; godzenie w jego wiarygodność bezpośrednio i w sposób otwarty lub nie wprost, w sposób ukryty, a nawet przewrotny [...] punkt ciężkości spoczywa na zakwestionowaniu słuszności czyichś poglądów, programów i działań, negowaniu prawowitości jego występowania w danej roli, prawomocności jego decyzji i działań, odmawianiu mu reprezentatywności, poddaniu w wątpliwość szans akceptacji i powodzenia jego planów w społeczeństwie”.*²⁸⁸ Według słownika wyrazów obcych dyskredytacja to „skompromitowanie, zdyskwalifikowanie, odebranie zaufania, popadnięcie w niełaszkę”.²⁸⁹ Najprościej możemy powiedzieć że dyskredytacja to zwyczajne pozbawienie lub utrata „kredytu” i poparcia społeczeństwa.. Takie zaprezentowanie przeciwnika by ten wypadł jak najgorzej, w oczach wyborców. „*Sam w sobie obraz przeciwnika (rywala) w świadomości odbiorców ma być czynnikiem pomniejszającym lub przekreślającym jakiegokolwiek jego szanse*”²⁹⁰

Dyskredytacja to forma manipulacji w walce politycznej. Jest formą świadomą, skuteczną i często używaną. Bywa, że jest w sposób niewłaściwy zastosowana, co może przynieść odwrotny efekt od zamierzonego. „*Stosowanie negatywnej reklamy politycznej może bowiem niekorzystnie wpłynąć na wizerunek polityka, który ją stosuje. Zaczyna on być postrzegany przez wyborców jako osoba agresywna*”²⁹¹. Rzecz jasne nie zawsze ma to miejsce, czasem wyborca może nie zauważyć że zaszła manipulacja wizerunkiem konkretnego kandydata. Jak niektórzy sugerują powinno się stosować kampanię negatywną w pewnym oddaleniu od dnia wyborów, żeby w razie gdyby pojawiły się kłopoty, było wystarczająco dużo czasu by poprawić wizerunek kandydata który ją stosował. Wiąże się to z tym że ujawnienie, że dany podmiot inspirował kampanię negatywną, przynosi się to zwykle spadek odsetka przychylnych mu opinii. Ludzie natomiast odbierają to, jako działania na granicy etyki.

Kampania negatywna oraz dyskredytacja wiążą się z manipulacją. Jak pisze pani Marzena Cichosz „*manipulacja jest to zamierzone fałszowanie rzeczywistości, mające na celu zmianę świadomości odbiorcy. W praktyce niezwykle trudno jest odróżnić manipulację od innych technik perswazyjnych, gdyż główną cechą różnicującą staje się w tym przypadku intencja nadawcy, a ta ma zazwyczaj charakter skryty*”.²⁹² Natomiast Janina Fras pisze że manipulacja to: „*niejawny, podstępny, nierzetelny dobór informacji i środków językowych, który ma na*

288 Karwat Mirosław, *Sztuka manipulacji politycznej*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2001 s.119-120

289 " Słownik wyrazów obcych, s.167

290 Tamże, s.118.

291 W. K. Szalkiewicz, s.75.

292 M. Cichosz, s.56

celu: wywarcie wpływu na nastroje, poglądy, opinie innych ludzi; uzyskanie możliwości kierowania zachowaniem ludzi, aby osiągnąć własne niezamierzone cele i korzyści".²⁹³ W związku z negatywnym wydźwiękiem terminu trudno jest posądzać jakiegoś polityka, kandydata o to aby przyznał się do tego że stosuje lub stosował kiedyś manipulacje. Taka deklaracja najprawdopodobniej byłaby źle odebrana przez społeczeństwo, a konkurencja mogła by to wykorzystać. Sam kandydat natomiast, poniósłby straty. Tak więc, politycy nie mówią otwarcie o dyskredytacji czy też manipulacji (chyba że zarzucają to przeciwnikom) lecz używają terminów „perswazji” i „wpływu społecznego”. Te pojęcia brzmią dużo lepiej, i przede wszystkim nie mają tak negatywnego wydźwięku. Robert Cialdini pisze w swojej książce *„Wywieranie wpływu na ludzi”* wymienia sześć uniwersalnych reguł wpływu społecznego, są to: wzajemność, zaangażowanie i konsekwencja, lubienie i sympatia, autorytet, niedostępność, społeczny dowód słuszności. *„Wszystkie techniki szczegółowe są jedynie pochodnymi tych głównych”*²⁹⁴ Każdy kto zamierza odnieść sukces, powinien je znać i się nimi posługiwać, dla własnej promocji, jak i do pokonania rywala. Tych sześć podstawowych reguł stanowi podstawę dla całego szeregu metod dzięki którym możemy zdyskredytować. To właśnie z tych wymienionych reguł wyrastają metody dyskredytacji, które używane są w czasie kampanii wyborczej.

Co ciekawe pojęcie propagandy, ma trochę inny charakter. „Leksykon Politologii” definiuje ją następująco : *„celowe, realizowane metodami perswazji i manipulacji, emocjonalno-intelektualne oddziaływania na świadomość jednostek i grup społecznych w celu modyfikacji i ewentualnej zmiany ich postaw politycznych oraz zachowań politycznych zgodnie z interesami podmiotów polityki i władzy politycznej. Jest to także płaszczyzna walki politycznej pomiędzy podmiotami dążącymi do opanowania lub uzyskania wpływu na mass media oraz wywołania rzeczywistego poparcia społeczeństwa (jego kręgów) przy jednoczesnej dyskredytacji politycznych przeciwników”*²⁹⁵

Niektórzy badacze sądzą, że propaganda polityczna wiąże się z reżimem (autorytarnym lub totalitarnym), *„podczas gdy marketing nie może występować poza systemem demokratycznym, gdyż warunkiem sine qua non jego istnienia jest występowanie konkurencji zarówno na rynku politycznym – minimum dwa konkurujące ze sobą podmioty, na rynku idei i*

293 Dobek-Ostrowska B., Fras J., Ociepka B., Teoria i praktyka propagandy, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1997, s.97

294 R.Cialdini, s.12.

295 Leksykon politologii, s.350.

na rynku mass mediów Propaganda jest realizowana w systemie monopolu władzy, monopolu środków przekazu, istnienia cenzury, w sytuacji gdy możliwe jest zaaplikowanie rządzonym prawd służących interesom władzy, bez obawy poddania tych prawd krytyce".²⁹⁶

Tak pojmowana propaganda, będzie odnosiła się do ustrojów niedemokratycznych. Można stwierdzić jednak że niektóre środki i techniki, które stosowane w celu dyskredytacji rywali, obejmujące również propagandę, zostały zaakceptowane na potrzeby walki wyborczej w krajach demokratycznych.

Dyskredytacja i manipulacja wiążą się ze sobą i są stosowane w kampanii negatywnej. Celem ich zastosowania jest, zmiana na gorsze i wykreowanie negatywnego wizerunku przeciwnika. Osiąga się to, za pomocą różnych metod oraz mechanizmów, które oddziałując na inne podmioty polityczne, instytucje, media i wyborców. „*Kampania negatywna jest zatem normalnym rytuałem poliarchii, a obrażanie się na jego indywidualny scenariusz równa się w zasadzie atakowi „skrzywdzonego” kandydata pod adresem mediów – atakowi z góry skazanemu na niepowodzenie* „*Czwarta władza*” jest nietykalna, równocześnie jednak aktywnie uczestniczy w kampanii negatywnej”²⁹⁷. Nie jest ważne, jak duże moralne obiekcje, budzi kampania negatywna i tak jest, i raczej zawsze będzie stosowana, dlatego, gdyż jest to bardzo skutecznym narzędziem w walce wyborczej. A w polityce jak wszyscy wiemy „cel, uświęca środki”.

Przykłady kampanii negatywnych

Na początek warto zacząć od Stanów Zjednoczonych Ameryki, gdyż to właśnie one są kolebką takich działań. Warto przypomnieć chociażby kampanię prezydencką w 1828 roku, i pojedynek pomiędzy Jacksonem i Adamsem. Ich walka polityczna obfitowała w argumenty najniższych lotów. Przykładem, wg. zasady że cel uświęca środki, można podać publikacje w gazecie, w której napisano, że matka Jacksona to „zwykła prostytutka przywieziona przez brytyjskich żołnierzy do USA”. Kontrkandydaci oskarżali się również m. in. o morderstwa, monarchizm, cudzołóstwa, snobizm i stręczycielstwo.

Szybki rozwój kampanii negatywnych nastąpił w drugiej połowie XX wieku. W 1964 r. Tony Schwarz, na zamówienie partii demokratycznej, stworzył jeden z najśłynniejszych

296 Cichosz Marzena, *(Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2003 s.26

297 W. Jabłoński, s.147

spotów negatywnych nazwany : „Stokrotka”. Spot ten uderzał w Barryego Goldwatera, co interesujące raz tylko został on wyświetlony, a przyczynił się do bezapelacyjnego zwycięstwa Lyndona Johnsona Spot przedstawiał małą dziewczynkę, która liczyła płatki kwiatka. Gdy głos doszedł do 10, zmieniał się jego ton i zaczynał odliczanie od 10. Na samym końcu widz obserwował jak eksploduje bomba atomowa.

Reklama miała utwierdzić wyborców, iż przeciwnik Johnsona demokrata Barry Goldwater to niebezpieczny radykał, który często chwalił broń atomową.

A teraz Polskie przykłady

W Polsce kampania negatywna po raz pierwszy pojawiła się w czasie trwania kampanii prezydenckiej w 1990 r. (czyli już w czasach wolnej Polski) gdzie bardzo ostrą i bezpardonową walkę toczyły sztaby wyborcze Lecha Wałęsy oraz Stanisława Tymińskiego. Jednak tak naprawdę pierwsze profesjonalne użycie tego instrumentu nastąpiło w 2000 r. gdy to sztab Mariana Krzaklewskiego zaprezentował materiały filmowe, które ukazywały zachowanie Aleksandra Kwaśniewskiego i Marka Siwca. Kwaśniewskiemu przypominano tzw. „niedyspozycję” podczas jego wizyty w Charkowie. Natomiast Siwcowi całowanie (jak papież Jana Pawła II) kaliskiej ziemi. Głównym celem materiału było oczywiście zaszkodzić jak najbardziej Kwaśniewskiemu, który rzecz jasna stracił część poparcia. Paradoksalnie Krzaklewski takim działaniem sam zbyt wiele nie uzyskał. Wzrosło za to poparcie dla Andrzeja Olechowskiego i Jarosława Kalinowskiego, gdyż w sprawę nie byli zamieszani. Znalazła tutaj zastosowanie stara zasada, która mówi, że gdzie się dwóch bije, tam trzeci korzysta. Co interesujące dzięki zbyt częstemu powtarzaniu materiałów, nastąpił tzw. "efekt bumerangowy", który połączony jest z syndromem "wspierania ofiary". Część wyborców poczuła, że potrzebuje zsolidaryzować się z zaatakowanym, wspierając go swymi głosami. Następnym przykładem kampanii negatywnej, której użyto w wyborach prezydenckich w 2005 r. było podanie informacji, że dziadek Donalda Tuska służył w Wehrmachcie. Przyniosła ona zamierzony rezultat i zaniżyła poparcie Donalda Tuska. Lecz trzeba pamiętać że kij zawsze ma dwa końce, pokazało to też PiS jako partia jest agresywna i nie przebiera w środkach. Kaczyńskiemu udało się również przekonać – głównie swoich wyborców – że Tusk to totalny liberał, który woli ludzi zamożnych, a nie zwykłych zjadaczy chleba. Odpowiedzią Platformy było zbudowanie wizerunku Kaczyńskiego „*nastawionego na rozliczenia, ogarniętego manią śledczą, który z bratem Jarosławem, pazerny jest na władzę.*”

Na koniec warto zadać pytanie czy kampania negatywna jest etyczna czy też nie? Czy kampanie negatywne powinny być wogóle stosowane? Trudno jednoznacznie udzielić merytorycznej odpowiedzi. Czy jest w nich może jednak coś dobrego? Na pewno reklama negatywna daje pewne korzyści. Pełni bowiem funkcję informacyjną, daje odbiorcy możliwość poznania nieznanych mu dotąd faktów – efekcie dokonania bardziej świadomego wyboru politycznego. Gdyż pewnie gdyby nie np. „wyciek” materiału filmowego, na którym Marek Siwiec w obecności i za zgodą Kwaśniewskiego całuje kaliską ziemię, nikt o tym fakcie by nie wiedział. Mimo wszystko jednak chyba nie warto. Metody takie ,choć są bardzo skuteczne, mogą obrócić się przeciwko ich autorowi. Nie sądzę, bo sam będziesz sądzony. Kto mieczem wojuje, ten od miecza ginie. I oby w życiu politycznym naszego kraju było coraz więcej osób, które rozumieją zasady kultury nie tylko politycznej.....

5. Spis literatury

5.1. Bibliografia

1. "Aleksander Kwaśniewski - po prostu lubię ludzi", 2000 r.
2. „Alfabet Rokity”, Rozmawiali: Michał Karnowski i Piotr Zaręba, Kraków 2004
3. Antoszewski A., Herbut R. "Leksykon politologii", 2002
4. Badora B, *Czy trzeba chodzić na wybory? Przyczyny absencji wyborczej. Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 2011
5. Bartkowski J, Raciborski J, „Wybory Prezydenta RP: kampania wyborcza i wyniki”, [w:]
6. Beylin M „Dziennik kampanii wyborczej, Kłapa '95”, Warszawa 1995
7. Beres W, „Czwarta Władza, Najważniejsze wydarzenia medialne III RP,” Warszawa 2000
8. Black S., *Public Relations*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998,
9. Boguszewski R, *Wybory samorządowe – znaczenie, zainteresowanie oraz deklaracje udziału w głosowaniu. Komunikat z badań, CBOS, Warszawa 2010, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_132_10.PDF*, 22.06.2011 r.
10. Boys R „Nagi prezydent. Życie polityczne Lecha Wałęsy”, Londyn 1995
11. Bratkowski S, "Wybór cywilizacji", „Studio opinii”, <http://studioopinii.pl/artypul/1329-stefan-bratkowski-wybor-cywilizacji>, 14.11.2011 r.
12. CBOS, Głosowanie "sercem" czy "rozumem" ? Wpływ sondaży na zachowanie wyborcze. Komunikat z badań, Warszawa 1995
13. Cześnik M. , "Partycypacja wyborcza w Polsce. Analiza porównawcza," Warszawa 2007
14. Cialdini R "Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka", 2013

15. Cichosz M., (Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2003
16. Cwalina W, Falkowski A, "Marketing polityczny, perspektywa psychologiczna," Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006,
17. Cyt. za: J.Kurski, P. Semka, „Lewy Czerwcowy”, Warszawa 1992
18. Cyt. za: T. Torański, "My", Warszawa 1994
19. Dudek A „Historia Polityczna Polski 1989 – 2005”, Kraków 2007
20. Dudek A, Gawlikowski M, Moczulski L „Bez wahania”, Kraków 1993
21. Dudek A. „O prezydenturze Lecha Kaczyńskiego” Kwiecień 2010
22. Dobek-Ostrowska B, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, , Warszawa 2006
23. Dobek-Ostrowska B., Frasz J., Ociepka B., Teoria i praktyka propagandy, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1997 , s.97
24. Dudek A „Historia Polityczna Polski 1989 – 2012”, Kraków 2013
25. Dzierżanowski M, Sprzątanie po Kwaśniewskim, "Wprost"z IX 2005 r.
26. Feliksiak M, „Postawy wobec demokracji, jej rozumienie i oceny”. *Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 2010,
27. Finer H Hicks G, Riesman D, *Political Apathy in America*, „The University of Chicago Round Table”, nr 657, 29 października 1950, za: S. Lipset, *Homo...*, op. cit., s. 232
28. Gebethner S, „Geneza i tło polityczno ustrojowe wyborów prezydenckich 1990” *Warszawa 1993*
29. Gembura-Chmielewski K, „Emocje po pierwszej turze wyborów”[W] W. Z. Daab, P. Korzeniowski, P. Boski, K. Gembura - Chmielewski, K. Skarzyńska, M. Zakrzewski (red.) "Polski wyborca 90' Psychospołeczne studia nad wyborami prezydenckimi (t. 1). Warszawa: IP PAN
30. Goban-Klas T., *Public Relations, czyli promocja reputacji, pojęcia, definicje, uwarunkowania*, Business Press, Warszawa 1997

31. Grzelak P „*Wojna o lustrację*”, Warszawa 2005
32. Ignaczewski G., *Specyfika marketingu politycznego w Polsce*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2004 s. 57
33. Indulski G, Wilczak D, On Kwaśniewski. „*Kulisy władzy*”, Warszawa 2005
34. Jabłoński A.W., Sobkowiak L. , *Studia z teorii polityki (tom II)*, Wrocław 200 ;Antoszewski A., Herbut R. (2000), *Leksykon politologii*, , Wrocław 2000
35. Jabłoński A. W., Sobkowiak L. (red.), *Marketing polityczny w teorii i praktyce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2002
36. Jackowiak J M „*Bitwa o Polskę*”, Warszawa 1992
37. Janus A , *Polityczna partycypacja lokalna wyborcza i referendalna*, [w:] *Samorząd lokalny w Polsce*, red. Michałowski S., Pawłowska A, Lublin 2004
38. Jarosińska P, *Podziały schodzą na poziom lokalny*, „*Nasz Dziennik*”, <http://www.naszdziennik.pl/index.php?dat=20101123&typ=po&id=po13.txt>, 22.06.2011 r
39. Jasiewicz K, „*Wybory prezydenckie 1995 roku a kształtowanie się polskiego systemu partyjnego*”, "Studia Polityczne" 1996, nr. 5,
40. Jaśkiewicz K, „*Polski wyborca w dziesięć lat po sierpniu*," *Politicus (1)* 1991 r.
41. Jefkins F., *Public Relations*, The M & Handbook Series 1992
42. J. Skórzyński (red.), „*System Rywina czyli druga strona III Rzeczypospolitej*”, Warszawa 2003 r.
43. Jaśniok M, *Strategie marketingowe na rynku politycznym*, Kraków 2007
44. Kaczyński J "*Polska naszych marzeń*", Lublin 2011
45. Karwat M., "*Sztuka manipulacji politycznej*", Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2001
46. Kaszyński K, Podgórski, J „*Ostatnie dni prezydentury Lecha Wałęsy. Jerzy Gwiżdż opowiada o kampanii wyborczej Lecha Wałęsy z 1995 r.*” Warszawa 1996
47. Kik K, *Absencja wyborcza w III RP – główne uwarunkowania*, [w:] *Zachowania*

wyborcze społeczeństwa polskiego po 1989. Próba oglądu i analiza zjawiska, red. A. Kasińska-Metryka, Kielce 2006, s. 25

48. Kofman J, Komentarz na wiosnę, "Krytyka" 1991, nr 24-25
49. Koseła K., Sułek A., *"Metody badania procesów społecznych, Uniwersytet Warszawski, Instytut socjologii"*, Warszawa 1983,
50. Kotler P. „Kotler o marketingu. Jak kreować i opanowywać rynki”, Wyd. PSB 1999
51. Kotler P., *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie, kontrola*, Gebethner i Ska, Warszawa 1994
52. Kowalczyk K, „*Kampania Bronisława Komorowskiego w wyborach prezydenckich w 2010 roku*” [w:]
53. "Kwach" Zapiski sztabowe Danuty Waniek, 1996
54. Kozakiewicz M, *Byłem marszałkiem kontraktowego...*, Warszawa bdw
55. Lipset S, *Homo politicus. Społeczne podstawy polityki*, Warszawa 1998
56. Łukasiak A, Rybak A *"Ludwig Dorn"*. Rozrachunki i wyzwania, Warszawa 2009
57. Machcewicz A, Historia Sentymalna. „Gazeta Wyborcza” w latach 1989 – 90, „Więź” 1995, nr.7
58. Madison D., *Zogniskowane wywiady grupowe. Jakościowa metoda badań marketingowych*, Warszawa 2001, Wydawnictwo Naukowe PWN, s.21
59. McNair B, „*Wprowadzenie do komunikowania politycznego*”, Poznań 1998
60. Mazur M., *Marketing polityczny, studium porównawcze*", Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002
61. Nowak S, *"System wartości społeczeństwa polskiego"*, „Studia Socjologiczne” 1979, nr 4
62. Okrzesik J (red), Wojtasik W, *"Wybory prezydenckie w Polsce 2010"*, Katowice 2011
63. Ossowski S., Telewizyjne debaty prezydenckie w Polsce w 2010 roku, "Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne" 2011, nr. 27
64. Otto J, *Techniki marketingowe w polityce*, „Marketing i Rynek”, 1994, nr 2

65. Panicz U, *Uniwersytet im. Adama Mickiewicza "Frekwencja wyborcza a stan Polskiej demokracji"*, Poznań 2011
66. Panicz U, *Kreowanie dyskursu publicznego w Polsce – rola mediów krytycznych wobec Prawa i Sprawiedliwości*, „Refleksje” 2011, nr 3
67. Paradowska J, „A kolor jego jest niebieski”
68. Paszkiewicz K. A., *Public relations w polityce*, [w:]
69. Piasecki A. K., „*Wybory Parlamentarne, samorządowe, prezydenckie 1989 - 2002*” , Zielona Góra 2003
70. Piasecki A. K. „*Wybory w Polsce 1989 - 2011*”, 2012
71. Płudowski T, *Komunikacja polityczna w amerykańskich kampaniach wyborczych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 103
72. *Polski wyborca 90". Psychospołeczne studia nad wyborami prezydenckimi*, t.1, Warszawa 1991
73. Pomykalski A, „*Nowoczesne strategie marketingowe*”, Warszawa 2003
74. Poniewozik J, *Campaign Ad Nauseam*, „Time”, <http://www.time.com/time/nation/article/0,8599,59732,00.html>, 15.05.2012.
75. Raciborski J (red.) „*Wybory i narodziny demokracji w krajach Europy Środkowej i Wschodniej*”, Warszawa 1991
76. Raciborski J, „*Polskie wybory. Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego 1989-1995*”, Warszawa 1997,
77. *Preferencje w II turze wyborów przed debatamitelewizyjnymi. Komunikat z badań CBOS 1995 rok*,
78. Prymon M., *Strategia marketingowa*, Wydawnictwo Uczelniane AE, Wrocław 1989
79. Saramago J, "*Miasto białych kart*," Poznań 2009
80. Sarnecki P, "*Ordynacja wyborcza w wyborach samorządowych*", [w:] *Wybory samorządowe w kontekście mediów i polityki*, red. M. Magoska, Kraków 2008
81. Sartori. G, *Teoria demokracji*, Warszawa 1998

82. Schumpeter. J, *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, Warszawa 1995, za: M. Cześnik, *Partycypacja...*, op. cit.
83. Skarżyńska K, "*Człowiek a polityka. Zarys psychologii politycznej*", Warszawa 2005, s. 152.
84. Skrzypiński D., "*Strategie partii politycznych.(w) Partie i system partyjni III RP*, (red) Krzysztof Kowalczyk, Toruń 2011
85. " Słownik wyrazów obcych"
86. Sondaż polski. *Przygarść rozpraw o badaniach ankietowych*, Wydawnictwo IFiS PAN,
87. Warszawa 2001, s.
88. Sułek, Antoni, *Zasady prezentacji wyników sondaży w prasie ze szczególnym uwzględnieniem sondaży wyborczych*. Warszawa.1997
89. Sułek A., Funkcje (i dysfunkcje) badań opinii publicznych w ustroju demokratycznym. Przypadek Rzeczypospolitej Polskiej, w *Rozumienie zmian społecznych*, Hałas E. (red.), Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2001, s. 61
90. Śpiewak P, "*Pamięć po komunizmie*", Gdańsk 2005,
91. Szwaczko E „*Sukcesor*”, Toruń 2001
92. "*Teczki liberalów*", skompletowali Parandowska J, Baczyński J, Poznań 1993
93. Turska-Kawa A., „*Kampania Jarosława Kaczyńskiego w wyborach prezydenckich w 2010 roku* „[w:]
94. Ujednolicony tekst *Ustawy o wyborze Prezydenta RP* wraz z komentarzem [...] "Rzeczpospolita" z 5 VI 2000 roku
95. Wilson F. G *The Inactive Electorate and Social Revolution*, „Southwestern Social Science Quarterly” nr 16, 1936, za: S. Lipset, *Homo...*, op. cit., s. 232. Potwierdzeniem tego F. Wilsona było podsumowanie badań statystyk wyborczych na całym świecie, dokonane przez Herberta Tingstena, z którego wynikało, że Niemcy i Austria zanotowały wysoką frekwencję w czasie rozpadu demokracji, co było objawem spadku konsensusu. Zob. Tingsten H, *Political Behavior*, za: Lipset S, *Homo...*,op. cit., s. 232,

96. Wiszniowski R., Marketing wyborczy. Studium kampanii wyborczych w systemach prezydenckich i semi prezydenckich (Finlandia, Francja, Polska, Stany Zjednoczone), Warszawa: Wrocław 2000
97. Wiszniowski R., Marketing wyborczy, Wydawnictwo Naukowe PWN, Wrocław 2000
98. Wyniki wyborów podano na podstawie informacji PKW ze strony: www.pkw.gov.pl
99. Zaczek D, "Nowy Kodeks Wyborczy uchwalony", Polskie Radio http://www2.polskieradio.pl/radioparlament/rozmowadnia/artykul192692_nowy_kodeks_wyborczy_uchwalony.html, 03.07.2011 r.
100. Zaremba P. "O jedynym takim... Biografia Jarosława Kaczyńskiego, Warszawa 2010
101. Zeszyty prasoznawcze" 1996, nr. 1-2,
102. Zmiany preferencji wyborczych po debatach telewizyjnych - wyniki badania panelowego, CBOS Warszawa 1995
103. Żukowski T, „Wyniki głosowania: mapa polityczna polski jesienią 1990 rok”[...],

5.2. Źródła internetowe

1. http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_060_10.PDF, 22.06.2011 r
2. <http://www.pe2004.pkw.gov.pl/>, 03.07.2011r.
3. <http://portalwiedzy.onet.pl/10072,....,polska,haslo.html#424>, 14.11.2011 r.
4. http://www.trybunal.gov.pl/Rozprawy/2011/k_09_11.htm, 14.11.2011 r.
5. <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1386950,Wybory-prezydenckie-1989-Pyrrusowe-zwyciestwo-Wojciecha-Jaruzelskiego>
6. <http://ekai.pl/wydarzenia/x10391/biskupi-kwasniewski-nie-byl-prezydentem-wszystkich>

7. <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/5-lat-bronislawa-komorowskiego-prezydent-podsumowal-swoja-kadencje/t5c5rb>
8. www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2006/K_129_06, PDF, dostęp: 28.10.2012, s. 5,6.
9. www.wyborcza.pl/1,76842,7510567,Tusk_Tracę_zaszczyt_zyrandol_Palac_i_weto.html, dostęp: 28.11.2012
10. www.wyborcza.pl/1,76842,8123320,Komorowski_Nie_chodzi_o_to_zeby_ludzi_bolało.html, dostęp: 1.12.2012
11. www.se.pl/wydarzenia/kraj/kaczyński-komorowski-zosta-wybrany-przez-nieporozu_149349.html, dostęp: 1.12.2012
12. www.praca.gazetaprawna.pl/artykuly/523061.tk_ustawa_o_racjonalizacji_zatrudnieni_a_w_administracji_nie_może_wejsc_w_zycie.html, dostęp: 5.11.2012 rok
13. www.olechowski.pl

5.3. Prasa i Telewizja

1. "Gazeta Wyborcza" z 27 czerwca 1989 r
2. "Gazeta Wyborcza" z 7-9 X 1989 r.
3. „Gazeta w Krakowie" z dnia 18 XI 1990 r.: Kluzik J, „*Wy określicie prezydenturę*”,
4. "Gazeta Wyborcza" z 16 i 23 X 1991r
5. "Gazeta Prezydencka Andrzeja Olechowskiego", nr. 2, V sierpnia 2000 rok.
6. "Gazeta Wyborcza" z 12 X 2000 r.
7. "Gazeta Wyborcza" z 11 01 2001 roku
8. "Gazeta wyborcza" z dnia 11-12 czerwca 2005 roku
9. "Gazeta Wyborcza" z dnia 30 czerwca 2005 roku.
10. "Gazeta Wyborcza" z dnia 1 sierpnia 2005 roku

11. "Gazeta Wyborcza z 17, 27-28 oraz 30 sierpnia 2005 roku;
12. "Gazeta Wyborcza" z 15 września 2005 roku.
13. "Gazeta Wyborcza" z 3 października 2005 rok
14. "Gazeta Wyborcza" z 14 maja 2006 roku
15. "Gazeta Wyborcza" z 12 października 2005 roku
16. "Gazeta Wyborcza" z 18, 19 października 2005 roku
17. "Gazeta Wyborcza" z 17 maja 2010 roku;
18. "Gazeta Wyborcza" z 23 X 1995 r.
19. *"Gazeta Wyborcza" z 25-26 XI 1995 roku.*
20. "Gazeta Wyborcza" z 15 IX 2003r
21. "Gazeta Wyborcza" z 2 VIII 2000 roku
22. „Gazeta Wyborcza” z 28 IV 2000 r.
23. „Ja nie trzaskam, ja wychodzę”. Z Włodzimierzem Cimoszewiczem rozmawiali Teresa Torąńska i Mariusz Burchart z "Duży Format" (dodatek do "Gazety Wyborczej") z dnia 20 lutego w2006 roku
24. Lis T. "Nie tylko fakty", Warszawa 2004
25. "Polityka" z 29 IV 1995 r.
26. "Polityka" z dnia 1 XII 1990 r. Pawłowski W, "Stan świadomości"
27. "Rzeczpospolita" z 8-9 IV 1995 r.
28. "Rzeczpospolita" z 9 V 1995 roku
29. "Rzeczpospolita" z 21-22 X 1995
30. "Rzeczpospolita" z 26 IV 2000 roku.
31. "Rzeczpospolita" z 4 V 2000 roku
32. "Rzeczpospolita" z 10 X 2000 r.;
33. "Rzeczpospolita" z 17 kwietnia 2001 roku Walendziak W., Przed walką o parlament

34. "Rzeczpospolita" z dnia 19 lipca 2005 roku
35. "Rzeczpospolita" z dnia 7 października 2005 roku
36. "Rzeczpospolita" z 20-21 sierpnia 2005 roku
37. "Rzeczpospolita" 24 i 25 sierpnia 2005 roku.
38. "Rzeczpospolita z dnia 15 września 2005 roku. W przeprowadzonych błyskawicznie po ogłoszeniu rezygnacji sondażu, 39% badanych uznało, że Cimoszewicz wycofał się "bo bał się ujawnienia swoich kolejnych oszustw", natomiast tylko 25% uznało, że "padł ofiarą fałszywych oskarżeń",
39. "Rzeczpospolita" z 13,15-16 października 2005 roku
40. "Rzeczpospolita" z dnia 21 grudnia 2012 r.
41. Telewizyjne audycje wyborcze Mariana Krzaklewskiego z IX i X 2000 r
42. "Tygodnik Solidarność" z dnia 9 XI 1990 r.
43. "Tygodnik Solidarność" z dnia 14 XII 1990 r. Macieja D, "Stan wrzenia"
44. Wypowiedź S. Tymińskiego na jego konferencji prasowej, wykorzystywana w filmie *"raz, dwa, trzy - prezydentem będziesz ty"* (1995) w reżyserii Krzysztofa Magowskiego
45. Wypowiedź Michnika w filmie fabularnym "W Solidarności 1991" w reżyserii Bolesława Sulika
46. „Życie” z 22 V 2000 r.
47. "Życie" z dnia 18 XII 2000 roku
48. Zaokrąglone liczby podpisów za "Gazetą Wyborczą" z 29 IX 1995