

MATEUSZ NIEĆ

KAMPANIA WYBORCZA – UWAGI POLITOLOGA O GENEZIE IDEI

Refleksja teoretyczna o polityce poświęca kampanii wyborczej bardzo mało miejsca i uwagi. Myśl polityczna dotycząca kampanii wyborczej obraca się głównie wokół zagadnień związanych z reprezentacją polityczną bądź wokół dyskusji o manipulacji politycznej propagandy. Aż do współczesności kampania wyborcza nie istnieje w praktyce politycznej, co jest jednym z głównych powodów niewielkiego zainteresowania politologów, filozofów polityki, historyków państwa i prawa wspomnianym zagadnieniem. Antyczna demokracja nie zna, poza ostatnim pięćdziesięcioleciem republiki rzymskiej, kampanii wyborczej¹. Wówczas pojawia się w kręgu republikanów (nobilów) praca teoretyczna, dotycząca wyborów, która jednak nie rozpoczyna dyskusji teoretycznej. Upadek republiki rzymskiej zamyka refleksję o demokracji i jej instytucjach. Reżimy demokratyczne nowożytności, wraz ze wspomniałą demokracją szlachecką Rzeczypospolitej, a *de facto* Korony², także nie znają kampanii wyborczej. Dopiero we wczesnowspółczesnych demokracjach parlamentarnych Stanów Zjednoczonych i Anglii (w takiej kolejności) pojawia się kampania wyborcza. Wówczas rodzi się refleksja teoretyczna nad kampanią

Dr hab. MATEUSZ NIEĆ, prof. Akademii Ignatianum – kierownik Katedry Systemów Politycznych Akademii Ignatianum w Krakowie; adres do korespondencji: ul. Kopernika 26, 31-501 Kraków; e-mail: mateusz.niec@z.wroc.pl

¹ J. L i n d e r s k i, *Rzymskie zgromadzenia wyborcze od Sulli do Cezara*, Wrocław–Warszawa–Kraków: Ossolineum 1966.

² W pracy przyjmuję wyraźne rozróżnienie na Koronę – Królestwo Polskie i Litwę – Wielkie Księstwo Litewskie; w obydwu państwach są wyraźne różnice w praktyce politycznej.

wyborczą, sprowadzona do rozważań prawno-ustrojowych i miejsca fakkji (partii politycznych) w systemie politycznym³.

Politologia *gros* uwagi poświęca zagadnieniom socjotechnicznym, związanym z prowadzeniem kampanii wyborczej, a nie doktrynalnym. Poniższy szkic ma charakter wstępnej konceptualizacji zagadnienia kampanii wyborczej w systemach demokratycznych. Rozważania można odnieść także do ponowoczesnych reżimów autorytarnych, legitymizujących się poprzez wybory, a nie – jak w dotychczasowej historii polityki – poprzez autorytet Boga, dynastii, osoby (charyzmy) lub narodu/klasę. Szkic jest politologicznym, a nie historycznym czy prawnym podążaniem przez dzieje polityki, jest tylko rysem, a nie skończonym obrazem, raczej szkicem do większej panoramy. Niektóre wątki omówiłem w pracy *Komunikowanie polityczne w społeczeństwie przedmasowym*⁴. W artykule je przywołuję tylko na zasadzie ogólnych tez, pokazuję nowe aspekty rozumienia kampanii wyborczej, mimo przywoływania „starej” literatury przedmiotu. W pracach historyków polityki trudno ciągle znajdować nowe teksty, przecież do klasycznej politologii (Platon, Arystoteles) stale powracamy w innym kontekście, podobnie czynię w prezentowanym artykule. W pracy demokrację ujmuję jako ramę ustrojową (aspekt normatywny) dla polityki, rozumianej jako dominujące praktyki publiczne obywateli (aspekt funkcjonalny). Oprócz polityki spotykamy się w każdym systemie, nawet demokratycznym, z innymi praktykami i zachowaniami (przekupstwo, przemoc). W systemie demokratycznym polityka rozwija się najpełniej, chociaż nigdy nie przyjmuje wartości *optimum*, natomiast w autorytaryzmie totalitarnym praktycznie zanika, następuje wyraźna redukcja praktyk politycznych, dominuje przemoc, indoktrynacja⁵. Powyższe ujęcie demokracji i polityki jest charakterystyczne dla politologii, historycy ustroju, doktryn mogą zgłaszać pretenzje intelektualne, podobnie jak filozofowie polityki.

W artykule przez politologię rozumiem naukę o praktykach publicznych dużych grup społecznych, zapośredniczonych poprzez instytucje polityki oraz refleksję polityczną nad instytucjami polityki. Współczesna politologia naj-

³ *Eseje polityczne federalistów*, wstęp i wybór F. Quinn, Kraków–Warszawa: Znak 1999, szczególnie esej nr 10 J. Madisona.

⁴ Warszawa: Wolters Kluwer 2011.

⁵ F. Ryszka, *Państwo stanu wyjątkowego. Rzecz o systemie państwa i prawa Trzeciej Rzeszy*, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk–Łódź: Ossolineum 1985; M. Maciejewski, *Od piwiarnianego klubu do organizacji wywrotowej. Nazizm w latach 1919-1924*, Toruń: Adam Marszałek 2005; E. Król, *Propaganda i indoktrynacja narodowego socjalizmu w Niemczech 1919-1945. Studium organizacji, treści, metod i technik masowego oddziaływania*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza Rytm i SNP PAN 1999.

bliższa jest socjologii polityki w aspekcie funkcjonalnym, natomiast filozofii polityki i prawa w aspekcie normatywnym. Klasyczna politologia nie prowadziła analiz funkcjonalnych.

Artykuł nie wyczerpuje stanowisk i poglądów na temat kampanii wyborczych, wskazuje na najważniejsze teoretyczne zapatrywania i dominujące praktyki polityczne (ujęcie politologiczne, a nie prawno-ustrojowe). Refleksji zostaje poddana demokracja ateńska, republika rzymska, nowożytna demokracja szlachecka (Korony) oraz współczesne systemy demokratyczne. Przez kampanię wyborczą rozumiem zamknięte w czasie charakterystyczne dla elekcji władzy praktyki polityczne i komunikacyjne⁶, uregulowane prawnie i określone politycznie oraz etycznie⁷, mające na celu dokonanie wyboru władzy ustawodawczej, wykonawczej, sądowniczej, kontrolnej. Kampania wyborcza jest charakterystyczną procedurą elekcji władzy w systemie demokratycznym. W ponowoczesności spotykamy się także z kampanią w systemach autorytarnych (elektoralne systemy Białorusi, Rosji⁸). Kampania wyborcza ponadto legitymizuje system polityczny i rząd, zagadnieniom legitymizacji władzy nie poświęcam uwagi.

*

I. Począwszy od Platona, pierwszego teoretyka filozofii polityki⁹, kampania polityczna postrzegana jest jako negatywna strona polityki. Za czasów Platona nie pojawia się jeszcze kampania wyborcza, spotykamy się tylko z wyborami, natomiast ujawnia się już kampania polityczna. Starcie Demostenesa, przywódcy tzw. partii antimacedońskiej z Aischinesem, reprezentantem stronnictwa promacedońskiego możemy uznać za szczytowe osiągnięcie ówczesnej socjotechniki i komunikowania politycznego w demokracji ateńskiej. Poświęćmy więc uwagę kampanii politycznej w kontekście rozważań o kampanii wyborczej, wskażmy różnicę między kampaniami.

⁶ W artykule nie analizuję praktyk politycznych i komunikacyjnych, powyższe zagadnienia analizowałem w cytowanej pracy (*Komunikowanie polityczne...*).

⁷ Klasyczna politologia nie dokonuje rozróżnienia na polityczne i etyczne zagadnienia, wszystko jest etyczne i polityczne jednocześnie, dopiero powyższe rozróżnienie pojawia się w nowożytnej politologii (N. Machiavelli).

⁸ A. Antoszewski, R. Herbut, *Systemy polityczne współczesnej Europy*, Warszawa: PWN 2006, s. 194-219.

⁹ G. Reale, *Historia filozofii starożytnej*, t. II: *Platon i Arystoteles*, Lublin: KUL 2005.

Kampania polityczna ma inny przedmiot zainteresowania niż kampania wyborcza, dotyczy spraw lub poglądów różnicujących wspólnotę. Zdaniem Roberta Mertona i Paula Lazarsfelda propagandą jest „każdy (i wszystkie) zbiór symboli wpływający na opinię, poglądy lub działania w sprawach uważanych przez daną społeczność za kontrowersyjne”¹⁰. Słowo *kontrowersyjne* możemy także przetłumaczyć jako ‘sporne, konfliktowe’. Autorzy wyraźnie nawiązali do koncepcji polityczności Carla Schmitta, dla którego pojawienie się polityki ma moment konfliktowy, polityka ujawnia i definiuje spór aksjologiczny, ideologiczny¹¹. Niemiecki badacz wyraźnie nawiązał do helleńskiej koncepcji *dike*, sporu o słuszość¹². Dla Schmitta, pravicowego intelektualisty, polityka rozgrywa się w opozycji przyjaciel vs wróg, natomiast dla liberalno-demokratycznych badaczy Mertona i Lazarsfelda konflikt polityczny przebiega w opozycji przyjaciel vs konkurent/rywal.

Merton i Lazarsfeld prezentują ujęcie politologiczne, a nie socjologiczne czy psychologiczne, jak wskazywałaby profesja intelektualna obydwu badaczy (odpowiednio socjolog i psycholog). Pojawienie się sporu aksjologicznego, który wspólnota pokojowo rozstrzyga w debacie, w pojedynku politycznym (*agon*) zapoczątkowuje ideę kampanii. W późnym antyku względnie stałe podziały aksjologiczne zaprowadzą do pojawienia się załazków partii politycznych (*fakcje*¹³), niezbędnego składnika każdej kampanii wyborczej. Nie rozwijając powyższego zagadnienia, kampania, a szerzej polityka we współczesności jest oparta na rywalizacji organizacji politycznych, a nie osób. Partie polityczne są wyspecjalizowanymi organizacjami do prowadzenia rywalizacji politycznej (systemy demokratyczne) bądź walki politycznej (systemy autorytarne). Poza organizacjami politycznymi nie ma kampanii wyborczej; kampania wyborcza, w mniejszym stopniu propagandowa, wymaga określonej logistyki, zarządzania dużymi grupami społecznymi i emocjami zwolenników. Perykles, Demostenes, Aischines, Katon zwany Cenzorem, Cynceron nie są genialnymi politycznymi samotnikami starożytności, ale są reprezentantami określonych grup społecznych, nie przybierających ówczesznie formalnej organizacji, ale dających się

¹⁰ *Studia nad propagandą radiową i filmową*, w: R.K. Merton, *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, Warszawa: PWN 1982, s. 543-549.

¹¹ *Teologia polityczna i inne pisma*, Kraków, Warszawa: Znak i Fundacja im. S. Batorego 2000.

¹² H. Arendt, *Polityka jako obietnica*, Warszawa: Prószyński i Ska 2005; M. Nieć, *Wspólnota, jednostka i wolność w myśli politycznej starożytnej Grecji (nurt demokratyczny)*, w: *Idea wolności w ujęciu historycznym i prawnym. Wybrane zagadnienia*, red. E. Kozerska, P. Sadowski i A. Szymański, Toruń: Adam Marszałek 2010, s. 221-235.

¹³ J. Korpanty, *Studia nad łacińską terminologią polityczno-socjalną okresu republiki rzymskiej*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk: Ossolineum 1976.

dosyć precyzyjnie opisać. Możemy strukturę nieformalną popierających ich grup określić; historycy starożytności odsłoniли wiele mechanizmów działania politycznego wymienionych polityków. Podobna sytuacja jest w nowożytności. Jan Zamoyski, Mikołaj Sienicki, Hieronim Ossoliński, Rafał Leszczyński, trybuni ludu szlacheckiego Korony, nie są samotnikami, za wymienionymi politykami stoją niesformalizowane stronnictwa (*political family*, ruch egzekucyjny). Dopiero procesy modernizacji w nowożytności doprowadzą do pojawienia się u progu współczesności partii politycznej, wyspecjalizowanej organizacji do zdobywania władzy bądź w wyborach, bądź w wyniku innych działań¹⁴.

Zarówno kampania polityczna typu propagandowego¹⁵, jak i kampania wyborcza formułowana jest na wspólnej płaszczyźnie komunikacyjnej i, oczywiście, ideologicznej (aksjologicznej), natomiast różne są oczekiwania i cele. Odkrycie retoryki (Gorgiasz) jest niezbędne do zastąpienia przymusu fizycznego perswazją w rozwiązywaniu konfliktów we wspólnocie. Oto retoryka (komunikowanie perswazyjne) uzyskuje część cech władzy. Dla tego typu przemocy, później określanej symboliczną, formułowana jest koncepcja wpływu, odnosząca się tylko do sfery symbolicznej. W rzeczywistości społecznej mamy do czynienia z władzą, z prawomocnym przymusem fizycznym. Robert Dahl, twórca koncepcji poliarchii, przenosi całą politykę do sfery symbolicznej, wówczas polityka staje się rywalizacją wpływów politycznych i ich ustrukturyzowaniem¹⁶. W sferze symbolicznej nie możemy zastosować części narzędzi władzy, które występują w rzeczywistości, np. decyzje polityczne, przymus.

Według autorów *Słownika języka polskiego* pod redakcją Mieczysława Szymczaka kampania jest zorganizowanym, energicznym działaniem, akcją zmierzająca do określonego celu; „zespół działań, prac objętych jakimś jednym okresem i wspólnym celem; okres nasilenia tych prac”¹⁷. Autor hasła

¹⁴ M. Weber, *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, Warszawa: PWN 2002; M. Sobolewski, *Partie i systemy partyjne świata kapitalistycznego*, Warszawa: PWN 1977.

¹⁵ Najczęściej występuje kampania polityczna typu propagandowego. Możemy wyróżnić kampanię polityczną skorelowaną z innymi działaniami, np. kampania polityczna Solidarności lat 1980-1981 r. połączona z działaniami zmierzającymi do przejęcia władzy. Zob. T.G. Ash, *Polska rewolucja. Solidarność 1980-1981*, Warszawa: Res Publica 1990; J. Holzer, *Solidarność 1980-1981. Geneza i historia*, Warszawa: Agencja Omnipress 1990.

¹⁶ *Polyarchy. Participation and Opposition*, New Haven-London: Yale University Press 1971; R. Dahl, B. Stinebrickner, *Współczesna analiza polityczna*, Warszawa: Scholar 2007.

¹⁷ *Kampania*, w: *Słownik języka polskiego*, t. I, red. M. Szymczak, Warszawa: PWN 1990, s. 867.

wskazuje zatem na następujące cechy kampanii (komentarz politologiczny własny): nasilenie działań (propagandowych, politycznych), jednorodny charakter działań (wybory) oraz określony czas trwania kampanii (wybory). Pierwszą cechą uznaję za podstawową, definiującą pozostałe. Zatem aktywizacja działań jest istotą kampanii.

Przywołajmy techniki promocji ekonomicznej, odwołujące się także do kampanii, i dokonajmy porównania¹⁸. Kampanię wyborczą propagandową możemy przyrównać do techniki promocji – *sales promotion*¹⁹, której istotą jest kampanijność działań. Cechą aktywizacji sprzedaży jest krótki czas trwania (tzw. okazja), szczególne warunki sprzedaży (w przypadku ekonomii – obniżenie ceny lub dodatkowe wymierne korzyści). Słowo *aktywizacja* jest wspólne dla polityki i ekonomii, w pierwszym przypadku aktywizacja polityki (kampania wyborcza), w drugim – aktywizacja promocyjnych działań (kampania sprzedaży). Kolejną techniką promocyjną odwołującą się do kampanii jest reklama. Cechami reklamy są powtarzalność, medialność, bezosobowość. Z powtarzalności reklamy wynika kampanijny charakter, nie promujemy się poprzez emisję pojedynczej reklamy, ale poprzez kampanię reklamową, nasilone działanie promocyjne w środkach masowego przekazu w określonym czasie. Praktycy ekonomii zakładają, a praktyka gospodarcza potwierdza, że tylko kampania (powtarzalność) może przynieść efekt promocyjnych działań – wyrzucić odpowiednią presję na konsumentie poprzez częste powtarzanie lub może go wyuczyć. Zatem kampania promocyjna (gospodarka) jest aktywizacją działań określonych w czasie dla osiągnięcia celów. Inny jest przedmiot i inny cel kampanii promocyjnej niż kampanii wyborczej, politycznej typu propagandowego, ale wspólne założenia.

Słownik wyrazów bliskoznacznych pod redakcją Stanisława Skorupki, wydany pod koniec istnienia plebejskiego autorytaryzmu w Polsce (kontekst istotny) jako słowo bliskoznaczne dla *kampanii* wskazuje w pierwszej kolejności słowo *walka*, w dalszej *wojna*, *bitwa*, *utarczka*, *batalia*, *starcie*, *potyczka*²⁰. Autor hasła definiuje kampanię jako kampanię wojenną, kampanii politycznej ani wyborczej nie przytacza, i tym samym nie omawia.

¹⁸ Wyróżniamy następujące techniki promocji, w literaturze ekonomicznej określane także jako narzędzia: sprzedaż osobistą (ciągłe działanie), aktywizację sprzedaży (kampania), marketing bezpośredni (ciągłe działanie), reklamę (kampania) oraz *public relations* (ciągłe działanie, przeplatane z kampanią, w artykule nie omawiam). Zob. J. Wiktor, *Promocja. System komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem*, Warszawa: PWN 2001.

¹⁹ *Sales promotion* – promocja wyprzedaży, promocja poprzez cenę, od sale – wyprzedaż, przecena.

²⁰ Warszawa: Wiedza Powszechna 1985, s. 240-241.

Przedmiotem kampanii wyborczej jest elekcja władzy, natomiast kampanii politycznej typu propagandowego – przekonanie do określonego rozwiązania (przystąpienie do Unii Europejskiej), poglądu (walka z ksenofobią i rasizmem), propagacja określonego zachowania (jazda samochodem w zapiętych pasach bezpieczeństwa). Kampania propagandowa może się pojawić w każdym czasie, sami organizatorzy decydują o jej rozpoczęciu, natomiast kampania wyborcza może się rozpocząć tylko w czasie określonym przez instytucję (prezydenta, Państwową Komisję Wyborczą). Kampania propaganda może trwać dowolnie długo, organizatorzy samodzielnie wyznaczają czas akcji. *De facto* środki finansowe i strategia ogranicza czas trwania kampanii; kampania wyborcza jest wyraźnie określona czasowo przez instytucje trzecie, jest kampanią jednakową dla wszystkich. Uczestnicy muszą się podporządkować regułom gry. Określenie *gra*, nasuwające skojarzenia z meczem, jest jak najbardziej zasadne. Kampania wyborcza przypomina mecz, igrzyska, widowisko; kampanię propagandową możemy porównać do przedstawienia w teatrze, kinie, telewizji. Kampania propagandowa może trwać *non stop*, zgodnie ze strategiami promocyjnymi możemy kampanię nasilać bądź osłabiać. W kampanii propagandowej każda osoba (np. osoba zbierająca środki na operację), a nie tylko instytucje, organizacje, może podjąć działania, w kampanii wyborczej tylko partie polityczne lub osoby zgłoszone, przez komitety wyborcze mogą ją prowadzić. Nawet tzw. niezależni kandydaci na prezydentów, senatorów muszą zarejestrować komitet (komitet X, Y na rzecz wyboru prezydenta, senatora), powołać organizację wyborczą, jednorazowe przedsięwzięcie polityczne. Kampania wyborcza jest zinstytucjonalizowana.

Inny jest sposób rozliczania wydatków. Wydatki na kampanię wyborczą są rozliczane przez niezależną politycznie instytucję, jedną dla wszystkich uczestników. W kampanii propagandowej nie powołuje się specjalnego organu do kontroli wydatków, poza ogólnie przyjętymi (urzędy skarbowe). Kampania wyborcza musi zostać rozliczona finansowo, prawnie, propagandowa zaś niekoniecznie. Różny jest zakres rozstrzygania sporów podczas trwania kampanii. W kampanii wyborczej spory są rozstrzygane w trybie wyborczym, nagłym, jeszcze w czasie trwania kampanii, w kampanii propagandowej z powództwa cywilnego w trybie zwykłym, ewentualnie ścigane z urzędu, gdy nastąpiło naruszenie interesu państwa. Kampania wyborcza jest rozliczana politycznie, jest także kontrolowana finansowo, prawnie; kampania propagandowa jest rozliczana tylko politycznie. Zatem ze względu na szczególny charakter kampanii wyborczej (wybór rządzących wspólnotą) ustawodawca przewidział szczególny tryb postępowania i szczególny charakter prowadzenia kampanii.

Dla wszystkich uczestników gry wyborczej przewidział te same warunki. Możemy ogólnie skonstatować, że kampania propagandowa odnosi się do aktywności obywatelskiej (i oczywiście instytucjonalnych podmiotów polityki), natomiast kampania wyborcza do rywalizacji partyjnej. Pierwsza umożliwia udział każdemu obywatelowi, druga – każdemu politykowi.

II. Zasadnicze pytanie, jakie się nasuwa, dotyczy czasu pojawienia się kampanii wyborczej, nie w znaczeniu genezy historycznej, którą możemy względnie precyzyjnie podać, ale genezy ustrojowej. Jakie są czynniki systemowe powodujące pojawienie się kampanii wyborczej? Przedstawmy je i skutki, jakie niesie kampania dla polityki. Odwołuję się do ogólnie znanych ustaleń i faktów, co zwalnia mnie z ponownego opisu historycznego. Literatura przedmiotu dotycząca historii politycznej jest przeogromna, kolejny raz przywoływanie ustaleń i faktów wydaje się zbyteczne, jeśli prezentacja nie niesie zasadniczych zmian interpretacyjnych, a tylko stylistyczne wygładzenie lub inną konstrukcję wyводу. Wielokrotnie podkreślałem, politolog przychodzi po historyku, korzysta z jego ustaleń, dokumentów, dokonując własnych analiz systemowych, odwołując się do teorii polityki, filozofii polityki. Powyższe zdanie podtrzymuję także obecnie. Historia dla politologa nie ma charakteru ciągłego i liniowego jak dla historyka czy fizyka, jest nieciągła i mozaikowa. Politolog analizuje współczesność, bliską i odległą.

Jak wskazywałem wyżej, kampania propagandowa przypisana jest do aktywności obywatelskiej, natomiast kampania wyborcza do aktywności partyjnej. Wskażmy zatem systemowy moment przejścia od obywatela do polityka (partii politycznej). Taką wyraźną cezurą jest przejście od demokracji bezpośredniej do demokracji przedstawicielskiej²¹. Demokracja bezpośrednia jest oparta na silnej pozycji politycznej obywatela, odwołuje się do zgromadzenia obywateli, w znaczeniu komunikacyjnym do widowni polityki. Charakterystyczne dla widowni zachowania dominują w demokracjach bezpośrednich.

Demokracja attycka nie zna kampanii wyborczej, natomiast zna kampanię polityczną. Przypomnijmy, demokracja ateńska jest specyficzną demokracją, według wyrażenia Georga Jellinka jest demokracją absolutną²². Alternacja

²¹ G. Sartori, *Teoria demokracji*, Warszawa: PWN 1995; J. Schumpeter, *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, Warszawa: PWN 1995; M. Bankowicz, *Demokracja. Zasady, procedury, instytucje*, Kraków: Wydawnictwo UJ 2006.

²² *Ogólna nauka o państwie*, t. I-II, Warszawa: Księgarnia F. Hoesicka 1921-1924.

władzy oparta jest na uzgodnieniu i losowaniu²³. W ciągu 185 lat istnienia demokracji ateńskiej urząd ministra sprawowało prawie 90 000 obywateli Aten, w zdecydowanej większości wypadków nie wybieranych, ale losowanych²⁴. Wybory odbywały się tylko na niektóre stanowiska, stratega, zarządcy finansów polis. Nie należy mylić kampanii wyborczej z wyborami, różnicą jest kampanijny i organizatorski charakter działań. Opiszmy przebieg wyborów w Attyce. Były one pojedynkiem, *agonem*. Do zgłoszonych lub wylosowanych kandydatów można było zgłosić kontrkandydatury tylko do konkretnej osoby. Następnie głosowano, kogo wybrać spośród rywalizującej pary. Kontrkandydatów do konkretnej osoby można było zgłaszać do woli, dany kandydat mógł stoczyć kilka pojedynków. Dopiero po wyczerpaniu procedury *agonu*, głosowano *en bloc* na kandydatów. Wspólnota musiała mieć zaufanie do wszystkich, nie tylko do niektórych²⁵.

W Attyce po raz pierwszy pojawia się kampania polityczna. Na podstawie mów Demostenesa i Aischinesa możemy odtworzyć jej przebieg. Aspekt komunikacyjny i polityczny zaprezentowałem w cytowanych pracach, nie wydaje się celowe powtarzanie, przywołajmy tylko ogólną tezę. Kampania propagandowa w Attyce w połowie IV w. przybiera charakter sporu personalnego, dopuszczane są inwektywy pod adresem przeciwnika. Przedstawienie racji politycznych zostaje wyłożone z reguły w pierwszych mowach, kolejne wystąpienia rażą już obrzucaniem się błotem, brakiem merytorycznej dyskusji²⁶. Nie znamy przemówień innych mówców, zwolenników Demostenesa lub Aischinesa, możemy stąd wnioskować, iż takowych nie było. Starcie jest personalne, a nie partyjne – drużyny politycznej.

Omówmy drugą demokrację bezpośrednią starożytności – republikę rzymską. Dzieje republiki dzieli się w historii na wczesne (509-264 r. p.n.e.), epokę chwały (264-133 p.n.e.) oraz schyłek (133-31 p.n.e.)²⁷. W republice rzymskiej,

²³ Demokracji ateńskiej poświęconych jest bardzo wiele prac, na szczególne wymienienie zasługują: S. Witkowski, *Państwo greckie. Historia ustroju państw greckich i obraz ustroju Aten i Sparty*, Warszawa: KWPA 1938; V. Ehrenberg, *Polis Und Imperium. Beiträge zur Alten Geschichte*, Zürich–Stuttgart: Artemis Verlag 1965; M.H. Hansen, *Demokracja ateńska w czasach Demostenesa. Struktura, zasady i ideologia*, Warszawa: DiG 1999; W. Lengauer, *Starożytna Grecja okresu archaicznego i klasycznego*, Warszawa: DiG 1999.

²⁴ M. Nieć, *Rozważania o pojęciu polityki w kręgu kultury attyckiej. Studium z historii polityki i myśli politycznej*, Wrocław–Kraków: Księgarnia Akademicka 2006.

²⁵ B. Świderski, *Gdańsk i Ateny. O demokracji bezpośredniej w Polsce*, Warszawa: IFiS PAN 1996.

²⁶ Demostenes, *Wybór mów*, oprac. R. Turasiewicz, Wrocław–Warszawa–Kraków: Ossolineum 1991; Aischines, *Mowy*, Warszawa: Prószyński i Ska 2004.

²⁷ M. Jacyńska, *Dzieje Imperium Romanum*, Warszawa: PWN 1995.

aż do jej schyłku, nie mamy do czynienia z kampanią wyborczą, lecz z uzgodnieniami. Wiele faktów wskazuje na procedurę uzgodnienia między znaczącymi rodami w obejmowaniu stanowisk, początkowo tylko konsula i pretora oraz trybuna ludowego. Republika rzymska aż do końca III w. p.n.e. była wyraźnie zapóźniona kulturowo wobec helleńskiego Wschodu. Co prawda początki istnienia republiki rzymskiej sytuujemy na koniec VI w. p.n.e., ale prawie przez trzy wieki polityka rzymska była w wyraźnych powijakach. Dopiero po II wojnie punickiej nastąpił dynamiczny rozwój państwa rzymskiego i polityki. W epoce chwały także nie mamy do czynienia z kampanią wyborczą, nadal uzgodnienie w ramach kilku rodzin arystokratycznych decyduje o objęciu urzędu²⁸. Dopiero napływ środków z podbitych ziem i napływ do arystokracji „nowych ludzi” powoduje wyraźne zmiany polityczne. W okresie schyłku republiki dochodzi do ostrej walki politycznej, w literaturze określonej rewolucją rzymską, pojawiają się frakcje polityczne. Nie omawiając okresu schyłku republiki, przedstawmy główne tezy pierwszego poradnika prowadzenia kampanii wyborczej.

Pierwszy poradnik prowadzenia kampanii wyborczej napisał Kwintus Tulliusz Cynceron, brat Arpinaty w roku 63 p.n.e., jeszcze przed oligarchizacją republiki, podsumował praktykę polityczną ostatniego półwiecza. Przedstawił sposób prowadzenia kampanii w kulturze oralnej, w mieście Rzym, a nie w całym państwie, co jest istotnym zastrzeżeniem. W liście do Marka Tulliusza przedstawił rady prowadzenia skutecznej kampanii. Po pierwsze Kwintus Tulliusz traktuje kampanię wyborczą jako czas, w którym rządzą szczególne reguły, poza okresem kampanii odrzucane (schlebienie, bratanie z plebsem, oferowanie korzyści). Po drugie zobowiązania wyborcze nie mają prawnej mocy, są elementem zdobywania głosów, nie wiążą kandydata, ale jedynie zobowiązują. W czasie kampanii obowiązują zachowania pretorskie, zdaje się sugerować Kwintus Tulliusz²⁹.

Przytoczmy fragment poradnika, dobrze charakteryzujący kampanię wyborczą w Rzymie republikańskim, a także odnoszący się do współczesnej kampanii. Kwintus Cynceron przypomina taktykę postępowania Gajusza Kotty, który był określany „mistrzem kampanii wyborczej”, jak można zatem wnio-

²⁸ M.I. Finley, *Polityka w świecie starożytnym*, Kraków: Znak i Fundacja im. S. Batorego 2000.

²⁹ Pretor zarządzał prowincją, na początku urzędowania ogłaszał edykt, w którym zobowiązywał się do określonych działań. Dopiero *Lex Cornelia* z 67 r. p.n.e. nakazywała przestrzeganie zobowiązań; zob. A. Dębicki, J. Misztal-Konecka, M. Wójcik, *Prawo rzymskie publiczne*, Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck 2010.

skować przytoczone poniżej zachowania i rady były powszechnie akceptowane i naśladowane. Przywołuję je w kontekście krytyki współczesnych kampanii wyborczych. Republikański Rzym jest dla wielu współczesnych myślicieli republikańskich i konserwatywnych wzorem do naśladowania. Jak się okaże, w celnej opinii Jana Parandowskiego, świat jest ułomny, dlatego idealizujemy przeszłość. Zdaniem Kwintusa Cycerona Kotta „zwykł mawiać, że jeżeli tylko nie żądano czegoś, co sprzeciwiałoby się poczuciu obowiązku, usługi swoje przyrzekał zwykle wszystkim, świadczył zaś tym, na których najwięcej mógł liczyć; wobec tego nikomu nie odmawiał”. I tak skomentował powyższy fragment: „Obietnica jest czymś niepewnym, odnosi się do przyszłości i do niewielu stosunkowo ludzi; natomiast odmowa zraża na pewno, zaraz, i to większą ilość osób [...] ludzie o wiele bardziej gniewają się na tych, którzy im odmawiają niż na tego, kto z wiadomej im przyczyny nie dotrzymuje obietnicy”³⁰. Po trzecie okres kampanii jest czasem szczególnej aktywności wyborczej i zaniechania działalności publicznej. Po czwarte kampania wyborcza charakteryzuje się teatralizacją zachowań (strój, uczyty, orszaki).

Kwintus Tulliusz, kończąc wywody, formułuje ogólną regułę postępowania. „Staraj się wreszcie, by cała kampania wyborcza była pełna blasku, okazała, świetna, miła ludowi, by odznaczała się wspaniałością i godnością, a także by twoim rywalom przyniosła niesławę – wykazując [...] zbrodnie, rozpustę albo przekupstwo”, jeśli takowe były³¹. Zatem kampania wyborcza jest kwestią estetyki i emocji, a nie sporem ideologicznym. W walce politycznej jak na wojnie wszystko, co osłabia przeciwnika, jest dopuszczalne, nawet inwektywy – „czarna” propaganda.

W demokracji bezpośredniej mandat obywatela i polityka jest nierozłączny, szczególnie w demokracji attyckiej. We współczesnej demokracji bezpośredniej (Federacja Szwajcarii), wspomóżonej przez partie polityczne, przypomnijmy specjalistyczne organizacje zarządzania polityką współczesnego państwa, różnica między obywatelem a politykiem pojawia się, ale nie jest tak istotna jak w systemach przedstawicielskich, opartych na wyraźnym rozdzieleniu obydwu ról politycznych. We współczesnej Szwajcarii mamy do czynienia z plebiscytem poparcia partii; wynika to z osłabienia mechanizmu funkcjonowania opozycji politycznej³². System polityczny Szwajcarii jest skrajną formą stałego wpisania opozycji w mechanizm rządzenia. Demokracja bezpo-

³⁰ K.T. C y c e r o n, *Mały poradnik wyborczy*, „Meander” 1965, nr 9, s. 47-48.

³¹ Tamże, s. 52.

³² W. L i n d e r, *Demokracja szwajcarska. Rozwiązywanie konfliktów w społeczeństwie wielokulturowym*, Rzeszów: Wydawnictwo WSP 1996.

średnia nie zna pojęcia instytucjonalnej opozycji. Opozycja ujawnia się w zgromadzeniu poprzez wolę polityczną obywateli. Wspomnijmy, istotą demokracji jest alternacja władzy i wpisanie opozycji politycznej w system polityczny. Począwszy od pierwszych demokracji antycznych, klasycznych, demokracja jest pojmowana jako wspólnota, a nie rządy większości³³, zatem formalnie nie dopuszcza się wykluczenia opozycji ani ze wspólnoty, ani z uczestnictwa w rządzeniu (ewentualnie wpływu na rządzenie). Moim zdaniem w prezentowanym kontekście należy odczytywać instytucję ostracyzmu (o/sądu politycznego³⁴) oraz, w wyrażnie innych warunkach historycznych, rzymską instytucję proskrypcji. Antyczne demokracje, które są klasycznymi wspólnotami politycznymi, nie potrafią sobie poradzić teoretycznie z problemem opozycji antysystemowej, stosują wygnanie lub dopuszczają się nawet śmierci przeciwników politycznych. We wczesnej współczesności (J.S. Mill) sformułowano zasadę polityczną: nie ma wolności dla wrogów wolności. Dodajmy odautorski komentarz – są tylko, i aż, prawa człowieka. Wspólnota z definicji nie może nikogo wykluczyć, poza samowykluczeniem się³⁵.

Nowożytna demokracja szlachecka (Korona³⁶) ma cechy wyrażnie wskazujące na formę przejściową między demokracją bezpośrednią a przedstawicielską. Szczegółową analizę ustroju Korony odnajdziemy u Stefanii Ochmann-Staniszwskiej³⁷, Henryka Olszewskiego³⁸, Anny Sucheni-Grabowskiej³⁹, Wa-

³³ Platon krytykuje demokrację jako rządy większości (konceptcja demokracji). Zob. P l a t o n, *Państwo*, Warszawa: Akme, 1990; t e n ż e, *Prawa*, Warszawa: Wydawnictwo Alfa 1997; R. D a h l, *Demokracja i jej krytycy*, Warszawa–Kraków: Znak i Fundacja im. S. Batorego 1995; M. N i e ć, *Trzy projekty demokracji w Attyce. Próba rekonstrukcji*, w: *Czas a trwanie idei politycznych i prawnych*, red. K. Chojnicka, A. Citkowska-Kimla, W. Kozub-Ciembroniewicz, Warszawa: Wolters Kluwer 2008, s. 190-206.

³⁴ Ostracyzm – jest osądem politycznym, osoba wygnana jest prawnie bez zarzuty, ma nadmierne ambicje polityczne lub jest zagrożeniem dla demokracji. M. N i e ć, *O tzw. autorytaryzmie demokracji attyckiej*, „Przegląd Prawa i Administracji” 2009, s. 145-171; cytowana literatura, szczególnie prace S. Witkowskiego i M.H. Hansena.

³⁵ Problem teoretyczny opozycji antysystemowej w demokracji jest bardzo skomplikowany, politycznie i ustrojowo.

³⁶ W literaturze często myli się demokrację nowożytną z monarchiami stanowymi, opartymi na zgromadzeniu stanowym. Tylko Rzeczypospolita jest demokracją nowożytną o dłuższej historii, możemy także wyróżnić republiki miejskie włoskie, republiki Szwajcarii.

³⁷ S. O c h m a n n - S t a n i s z w s k a, Z. S t a n i s z w s k i, *Sejm Rzeczypospolitej za panowania Jana Kazimierza Wazy. Prawo – doktryna – praktyka*, Wrocław: Wydawnictwo UW. 2000.

³⁸ *Sejm w dawnej Rzeczypospolitej. Ustrój i idee*, t. I-II, Poznań: UAM 2002.

³⁹ *Sejm w latach 1540-1586*, w: *Historia sejmku polskiego*, t. I: *Do Schyłku szlacheckiej Rzeczypospolitej*, red. J. Michalskiego, Warszawa: PWN 1984, s. 114-216.

clawa Uruszczaka⁴⁰, Andrzeja Wyczyńskiego⁴¹. Powyżej wskazałem powstanie partii politycznej i kampanii wyborczej jako cezurę zmiany systemowej. Kampania wyborcza nie jest charakterystyczna dla demokracji bezpośrednich, pojawia się tylko w Rzymie republikańskim, w ostatnim okresie istnienia republiki. W nowożytnej demokracji szlacheckiej Korony nie pojawia się kampania wyborcza, w Koronie mamy do czynienia z instytucją wyborów. Zarówno wybory posłów, jak i deputatów do Trybunału przebiegają nie jak starcie opozycyjnych sił. Czasami napięcia polityczne i emocjonalne wśród braci szlacheckiej są bardzo duże, ale przeważa tradycyjne wybieranie prestiżu jednostki bądź rodu⁴². Powszechna jest praktyka ucierania, poszukiwania zgody wszystkich uczestników. Praktyka *liberum veto* jest sprzeciwem, niezgodą na rozwiązanie polityczne, ale nie jest opozycyjnym myśleniem motywowanym ideologicznie, *liberum veto* nigdy nie jest stosowane w wyborach⁴³.

Z bardziej rozbudowaną praktyką wyborczą w Koronie spotykamy się podczas elekcji *viritim*, elekcji króla, dopowiedzmy ważną politycznie i teoretycznie uwagę, elekcji I izby, nie tylko Majestatu. Wybór króla Rzeczypospolitej przez swoją powszechność i otwartość jest wyjątkowym rozwiązaniem ustrojowym nowożytności, przejawiającym pewne cechy kampanii wyborczej. Po pierwsze z elekcją w Europie spotykamy się dosyć powszechnie w monarchiach stanowych aż do początków absolutyzmu (XVII w.). Po drugie elekcja ma wyraźnie zamknięty charakter, możemy wyróżnić elekcję dokonywaną przez niewielką liczbę elektorów (siedmiu w Cesarstwie Rzymskim Narodu Niemieckiego) lub dokonywaną w ramach rodu panującego (Jagiellonowie). Po trzecie tylko w Rzeczypospolitej od 1572 r. elekcja jest powszechna i bezpośrednia, w której bierze udział cała brać szlachecka. Po czwarte każdy szlachcic mógł zostać królem Rzeczypospolitej, nie istnieją żadne zapory prawne i bariery polityczne poza wyznaniem (król musiał być katolikiem, ale nie elekt).

Powszechność i otwartość elekcji króla mogła sprzyjać kształtowaniu się instytucji kampanii wyborczej, jednocześnie stanowy charakter państwa nowożytnego, brak partii politycznych i masowych mediów drukowanych wyraźnie osłabiał kształtowanie się instytucji kampanii wyborczej. Szlachta

⁴⁰ *Sejm walny koronny w latach 1506-1540*, Warszawa: PWN 1980.

⁴¹ *Polska Rzecz Pospolita szlachecka*, Warszawa: PWN 1991.

⁴² Por. Ochmann-Staniszevska, Staniszevski, *Sejm Rzeczypospolitej za panowania Jana Kazimierza Wazy. Prawo-doktryna-praktyka*, Wrocław: Wydawnictwo UWr. 2000.

⁴³ W. Konopczyński, *Liberum veto. Studium porównawczo-historyczne*, Kraków: Universitas, 2002.

może prowadzić tylko agitację w zamkniętych wspólnotach, brak masowych mediów drukowanych powoduje niewykształcenie się ideologii, jednakowego myślenia politycznego, które zaprowadzą współczesną Europę do partii politycznej. Kandydaci na królów nie prowadzą osobiście agitacji, w ich imieniu agitację prowadzą ambasadorzy państw, z których kandydaci się wywodzą, albo ich stronnicy. Agitacja często połączona jest z powszechną i akceptowaną praktyką przekupstwa; współcześnie określamy tego typu działania korupcją. Rozstrzygnięcia zapadają także w wyniku starcia zbrojnego (druga wolna elekcja), a nie w efekcie propagandowej lub wyborczej kampanii. Kandydaci nie formułują programu wyborczego, muszą zaakceptować oczekiwania polityczne ówczesnej szlachty (*pacta conventa*). *Pacta conventa* znoszą różnice ideologiczne między kandydatami, stwarzając tylko różnice personalne (prestiżu, resentymentu). Wybór króla poprzedza zwołanie sejmu konwokacyjnego, który przygotowuje porozumienie polityczne i określa procedurę wyboru. Gdy szlachta zjeżdża na sejm elekcyjny, po gospodach, oberżach, również na polu wyborczym prowadzona jest agitacja. Tylko powyższe zachowania możemy przypisać do kampanii wyborczej, ale są zbyt krótkotrwałe i spontaniczne.

Formalnie wybór króla nie dokonywał się większością głosów, ale dążono do pełnej akceptacji kandydata. Wycofanie innych kandydatur uznawano za akceptację dla elekta. „Przy różnicy zdań – nieuniknionej, skoro zaakceptowano oficjalnie kilku kandydatów – obowiązkiem senatu miało być sterowanie ku powszechnej zgodzie – zauważa znawczyni szlacheckiego parlamentaryzmu Anna Sucheni-Grabowska. Wznawiano więc rozważania nad osobami pretendentów, zmierzając przez perswazje i nalegania do stopniowej eliminacji «gorszych» kandydatów. Przy tych dyskusjach każdy z kandydatów miał swego rzecznika [...] Henryk Walezy zdobył od razu największą liczbę głosów, lecz dopiero po stopniowym wycofaniu innych kandydatur stał się właściwym elektem”⁴⁴.

W literaturze nie spotykamy się z opisami prowadzenia kampanii wyborczej przez brać szlachecką, chociaż w okresie ruchu egzekucyjnego (XVI w.) ujawniają się dwie charakterystyczne postawy polityczne, ideologicznie motywowane (monarchizm, republikanizm). W późniejszym czasie następuje wyraźne osłabienie napięcia ideologicznego z okresu ruchu egzekucyjnego, górę

⁴⁴ *Sejm w latach 1540-1586*, w: *Historia sejmu polskiego*, t. I: *Do Schyłku szlacheckiej Rzeczypospolitej*, red. J. Michalski, Warszawa: PWN 1984, s. 211.

biorą w polityce głównie podziały stanowe⁴⁵. Wydaje się, iż stanowy charakter nowożytnej demokracji Korony jest zasadniczym powodem braku zorganizowania się szlachty wokół ideologii. Powolne przełamywanie stanowego charakteru demokracji Korony, począwszy od panowania Augusta III Sasa, skutkuje politycznie pojawieniem się ideologii i partii politycznych, niezbędnej organizacji do przeprowadzenia kampanii wyborczej. Regres ustrojowy i polityczny po I rozbiórce nie sprzyja politycznym sposobom dokonywania elekcji władzy. Również w okresie Królestwa Polskiego, zwanego kongresowym (1815-1832), ostatniego tworu ustrojowego polskiej myśli politycznej⁴⁶, nie spotykamy się w konstytucyjnej monarchii stanowej z kampanią wyborczą do sejmu, możemy odnotować interesujące akcje polityczne i propagandowe kaliszczan. Niestety, frakcja kaliszczan zostaje poddana represji. Stanowe, nowożytne państwo demokratyczne znad Wisły nie formułuje koncepcji kampanii wyborczej.

Momentem zasadniczym, cezurą w przejściu od nowożytnej demokracji przedstawicielskiej do współczesnej jest powstanie partii politycznej, organizacji polityki opartej na zawodzie⁴⁷. Dla pojawienia się kampanii wyborczej ani koteria arystokratyczna, ani partie notabli, określane także partiami klubowymi (klubami politycznymi) nie spełniają wystarczających warunków. Praktyka polityczna nie potwierdza istnienia kampanii wyborczej w okresie istnienia koterii arystokratycznych i klubów politycznych. Partie tego okresu bardziej przypominają dyskusyjne kluby z luźną organizacją niż wyspecjalizowane organizacje polityki. Max Weber określa notablami osoby żyjące dla polityki, zatem nie będącymi jeszcze zawodowymi politykami. Notable „z racji swej sytuacji ekonomicznej mogą stale kierować i administrować związkiem”, cieszą się prestiżem społecznym⁴⁸. Doświadczenie w kierowaniu i zarządzaniu notable wynoszą z zarządzania własnym majątkiem i przenoszą praktyki ekono-

⁴⁵ Zob. ciekawą interpretację ruchu egzekucyjnego dokonaną przez O. Haleckiego (*Historia Polski*, Londyn: Veritas 1958).

⁴⁶ Historia powołania Królestwa kongresowego jest ogólnie znana, nie dokonuję rewizji historii, uznaję natomiast istotny wpływ polskiej tradycji politycznej (poprzez Adama Jerzego Czartoryskiego) na ustrojowe rozwiązania podyktowane przez Aleksandra I, cara Rosji. Kongresówka nie jest tworem myśli rosyjskiej, carskiego państwa, jest natomiast autorskim projektem cara Aleksandra I, o indywidualnych motywacjach nie wspominam. Dokonuję wyraźnej rehabilitacji kongresówki. Zob. J. Łojek, *Studia nad prasą i opinią publiczną w Królestwie Polskim 1815-1830*, Warszawa: PWN 1966.

⁴⁷ M. Weber, *Polityk jako zawód i powołanie*, Warszawa, Kraków: Znak i Fundacja im. S. Batorego 1998.

⁴⁸ *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, Warszawa: PWN 2002, s. 220.

miczne, społeczne do polityki⁴⁹. Dopiero powstanie partii masowej, opartej na zawodowym polityku i fachowym zarządzaniu, opracowanej logistyce działań jest czasem pojawienia się kampanii wyborczej. W Stanach Zjednoczonych, państwie powszechnej demokracji, partie masowe pojawiają się najwcześniej, stają się sprawnymi organizacjami w walce o urząd prezydenta⁵⁰. Ostry konflikt polityczny u początków Stanów Zjednoczonych między dwiema partiami politycznymi, skupionymi personalnie wokół Thomasa Jeffersona (partia rolnicza) i Aleksandra Hamiltona (partia handlowa) jest czynnikiem zasadniczym w kształtowaniu się kampanii wyborczej i masowej partii politycznej, typu *catch all*⁵¹. W Europie cenzusowa demokracja liberalna hamuje rozwój instytucji kampanii wyborczej, dopiero poszerzenie praw wyborczych i demokratyzacja systemu politycznego zmienia sytuację. Kampania wyborcza jako organizacyjne przedsięwzięcie zdobycia władzy przez partię jako organizację, a nie jako zbiór osób (Weberowskich notabli), pojawia się w Europie w latach 30. XIX w. w Anglii i Francji wraz z kształtowaniem się masowej demokracji.

Powstanie partii politycznej poprzedza rozwój mediów drukowanych (prasy, ulotki i broszury), natomiast wraz z rozwojem partii politycznej (i zawodowego polityka) tworzy się ideologia, jednolite masowe spojrzenie na politykę. Wspomniane trzy czynniki (media masowe, partia polityczna i ideologia/propaganda) są niezbędne do pojawienia się kampanii wyborczej. W Rzymie republikańskim pojawiają się rudymenty wspomnianych czynników, nie mogą się rozwinąć w cywilizacji oralnej, której brakuje doświadczenia organizatorskiego i przemysłu. Idea kampanii wyborczej zatrzymała się w antyku i czekała na sprzyjające warunki polityczne i cywilizacyjne, które pojawiły się w końcu nowożytności.

Najbardziej rozwinięta demokracja nowożytna, demokracja szlachecka Rzeczypospolitej (Korona), nie rozwinęła koncepcji kampanii wyborczej. Również nowożytne republiki miejskie (Włochy, Szwajcaria) nie wykształcają praktyk politycznych, które możemy przypisać do kampanii wyborczej. Dopiero we wczesnej współczesności, w demokracji przedstawicielskiej pojawia się kampania wyborcza w Stanach Zjednoczonych (wybory prezydenckie) oraz w Anglii w połowie XIX w. po reformie wyborczej z 1832 r. Wówczas

⁴⁹ Zagadnienie praktyki zarządzania i naukę o zarządzaniu nie omawiam w artykule.

⁵⁰ Charakter partii wyborczych w Stanach Zjednoczonych nie ma wpływu na genezę instytucji kampanii wyborczej, ale na jej sposób realizacji.

⁵¹ Ch. Beard, M. Beard, *Rozwój cywilizacji amerykańskiej*, t. I: *Era rolnicza*, Warszawa: PWN 1961, s. 306.

następuje partyjne starcie⁵². Wcześniej cenzusowa demokracja angielska radzi sobie z wyborami tak, jak ideowa poprzedniczka, demokracja bezpośrednia (uzgodnienia, wybór prestiżu/rodziny, tradycja). Dyskusja o kampanii wyborczej w Stanach Zjednoczonych jest wpisana w spór o rolę i miejsce faksji. James Madison, jeden z autorów *Federalisty*, w znanym 10. eseju podejmuje problem partii politycznej w demokracji. Godzi się na istnienie partii politycznych pod warunkiem dużej ich różnorodności. Odrzuca zmonopolizowanie życia politycznego przez jedną faksję. Obawia się narzucenia tyranii społeczeństwu przez sektę (tak określa partię polityczną dążącą do absolutnej władzy).

Współcześnie kampania wyborcza staje się codzienną praktyką systemów demokratycznych; także systemy autorytarne korzystają z tej formy aktywności politycznej (autorytaryzmy plebejskie). Kampania wyborcza w autorytaryzmie staje się elementem legitymizacji systemu, plebiscytem poparcia. Autorytaryzmy plebejskie (Polska ludowa, ZSRR) wyraźnie nawiązują do praktyk oświeczonej tyranii (antycznej), absolutyzmu nowożytnego, które legitymizowały system polityczny poprzez odwołanie się do ludu/społeczeństwa. Zasadnicza różnica między kampanią wyborczą w systemie demokratycznym i autorytarnym dotyczy innej funkcji politycznej. W demokracji kampania wyborcza legitymizuje rząd (rywalizacyjne wybory), w autorytaryzmie – system polityczny (nierywalizacyjne wybory).

Podsumowując, należy stwierdzić, że kampania wyborcza w demokracji jest elekcją władzy, w autorytaryzmie – plebiscytem poparcia. W jednym i drugim wypadku sprawność działania politycznego w kampanii wyborczej, w swoistym turnieju politycznym na igrzyskach jest legitymizacją sprawowania władzy. Zasadnicza różnica między demokratycznym systemem a autorytarnym dotyczy etyczności polityki; tylko demokracja jest etyczna i w pełni polityczna.

Po raz pierwszy zagadnienie sprawności działania w polityce pojawiło się wraz z odkryciem retoryki w VI w. p.n.e. Już wówczas retoryka była pojmowana nie tylko jako *ars bene dicendi* (klasyczna definicja łacińska, podsumowująca także tradycję grecką⁵³), ale także jako „wielki Mocarz” Gorgiaszowy,

⁵² Ustawa *First Reform Act* z 1832 r. zapoczątkowała reformy wyborcze w Anglii, I. Kapsa, *Partie trzecie w systemie partyjnym Wielkiej Brytanii na przykładzie Liberalnych Demokratów*, w: T. Godlewski, M. Jastrzębski, I. Kapsa, D. Karnowska, A. Lipiński, *Współczesne partie polityczne. Wybrane problemy*, Toruń: Adam Marszałek, 2009, s. 86.

⁵³ M. Korolko, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa: Wiedza Powszechna 1996.

który potrafi uwieść i zniewolić⁵⁴. Wraz z powstaniem szkoły Isokratesa retoryka poszukuje reguł sprawnego działania poprzez słowa⁵⁵. W nowożytności zysk sprawności jako ocena polityka i pośrednio polityki pojawia się w fundamentalnej dla politologii współczesnej pracy Niccolo Machiavellego *Księżę*⁵⁶. Nie podejmując problemu odczytania Księcia, sprawność staje się jednym z kryteriów (a nie wyłącznym kryterium) oceny polityka. W nowożytnym systemie autorytarnym, nie legitymizowanym wyborczo, pojawia się problem znalezienia jednoznacznych czynników oceny sprawności polityki. Za pomocą jakich kryteriów ocenić sprawność rozwiązania konfliktu czy zlikwidowania buntu? Dopiero kampania wyborcza rozwiązuje w miarę jednoznacznie problem oceny sprawności polityki. Zwycięstwo wyborcze jest względnie precyzyjnie mierzalne, pozwala jakościowe wartości ideologiczne, programowe ocenić ilościowo. Powyższe sformułowania odnoszą się do oferty wyborczej, a nie myśli politycznej, doktryny. Wynik wyborczy, przypuśćmy 56,8% (6 789 654 głosy) jest jednoznacznie mierzalny. Wyraźnie wskazuje, kto poparł, jakie grupy społeczne przekonaliśmy, jaki procent poparcia dała partia polityczna uzyskała na początku kampanii, a jaki na zamknięciu. Możemy wyraźnie określić wielkość poparcia, stopień legitymizacji politycznej.

Problem kampanii wyborczej w kontekście sprawności opisał Joseph Schumpeter w pracy z 1942 r. *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*. Praca ta jest jedną z najważniejszych książek o przedstawicielskiej demokracji, jest ogólnie znana, była wielokrotnie analizowana w różnych kontekstach. Ponowne przywoływanie analiz nie wydaje się celowe, skupmy uwagę na rozważaniach o kampanii wyborczej. Zdaniem austriackiego myśliciela demokracja jest procedurą wyborczą, według jego wyrażenia „metodą demokratyczną”. Metoda demokratyczna jest „rozwiązaniem instytucjonalnym dochodzenia do decyzji politycznych, w których jednostki uzyskują moc decydowania poprzez walkę konkurencyjną o głosy wyborców”⁵⁷. Polityka zdaniem Schumpetera „zajmuje się głosami wyborców”⁵⁸. Zatem zwycięstwo wyborcze może być postrzegane jako zysk sprawności danej partii politycznej na zasadzie analogicznej do zysku sprawności korporacji gospodarczej. Partia polityczna, która uzyskuje najlepszy zysk sprawności (wynik wyborczy), uzyskuje także legitymizację rządu.

⁵⁴ Gorgiasz, *Pochwała Heleny*, „Przegląd Humanistyczny” 1984, nr 3; *Sofiści greccy*, Warszawa: Wydawnictwo J. Mortkowicza [b.r.w.].

⁵⁵ H.-I. Marrou, *Historia wychowania w starożytności*, Warszawa: PIW 1969.

⁵⁶ Oprac. K. Grzybowski, Wrocław–Warszawa–Kraków: Ossolineum 1969.

⁵⁷ *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, Warszawa: PWN 1995, s. 336-337.

⁵⁸ Tamże, s. 358.

Skoro partia potrafi wygrać wybory, przeprowadzić skuteczną kampanię i pokonać rywali, spełnia minimalne kryterium pozwalające wierzyć, że będzie także sprawnie kierować państwem. W tym sensie wybory wyłaniają najsprawniejszych, potocznie najlepszych. Tak ujęta demokracja, dodajmy proceduralna (wyborcza), nie jest postrzegana przez Schumpetera jako „absolutny ideał”, ale cel „sam dla siebie”, „ideał zastępczy”. Rozważania austriackiego ekonomisty i politologa, co istotne – członka harwardzkiej szkoły ekonomicznej, tworzą teoretyczną podbudowę pod koncepcję marketingu ekonomicznego i politycznego. Schumpeter ma także wpływ na współczesną praktykę polityczną, wybory stają się procedurą decyzyjną, a kampania wyborcza uznana metodą uzgadniania agendy spraw społecznych i kolejności ich rozwiązywania.

Przejście od wyborów do kampanii wyborczej skutkuje pojawieniem się dyskusji o sposobie liczenia głosów (metody⁵⁹). Sposoby liczenia głosów mają tylko znaczenie w przypadku rywalizacji organizacji. Pojawia się dyskusja o sposobie wytyczania okręgów wyborczych (*gerrymander*), o głosowaniu pluralnym i przywilejach wyborczych. Instytucja kampanii wyborczej skutkuje także przejściem od głosowania jawnego do tajnego, tylko wówczas jest możliwa masowa zmiana postaw wyborców w wyniku agitacji i propagandy wyborczej.

I ostatnia uwaga – kampania wyborcza ma tylko wówczas sens, gdy zakłada labilnych ideologicznie obywateli, bez poglądów i postaw politycznych. Na podobieństwo działania przedsiębiorstwa na rynku, partie *catch all* wychytują obywateli i przekonują do swoich promocji (programy wyborcze), natomiast prawdziwa debata polityczna i praktyczna polityka rozgrywa się poza czasem kampanii wyborczej, bo – jak zauważył Kwintus Cynceron – zobowiązania wyborcze nie wiążą kandydatów, ale jedynie zobowiązują.

BIBLIOGRAFIA

- Aischines: Mowy, Warszawa: Prószyński i Ska 2004.
Antoszewski A., Herbut R.: Systemy polityczne współczesnej Europy, Warszawa: PWN 2006.
Arendt H.: Polityka jako obietnica, Warszawa: Prószyński i Ska 2005.
Ash T.G.: Polska rewolucja. Solidarność 1980-1981, Warszawa: Res Publica 1990.
Bankowicz M.: Demokracja. Zasady, procedury, instytucje, Kraków: Wydawnictwo UJ 2006.
Beard Ch. i M.: Rozwój cywilizacji amerykańskiej, t. I: Era rolnicza, Warszawa: PWN 1961.
Cynceron K.T.: Mały poradnik wyborczy, „Meander” 1965, nr 9.

⁵⁹ A. Żukowski, *Systemy wyborcze*, Olsztyn: Wydawnictwo WSP 1999.

- Dahl R.: *Demokracja i jej krytycy*, Warszawa–Kraków: Znak i Fundacja im. S. Batorego 1995.
- Dahl R.: *Polyarchy. Participation and Opposition*, New Haven–London: Yale University Press 1971.
- Dahl R., Stinebrickner B.: *Współczesna analiza polityczna*, Warszawa: Scholar 2007.
- Demostenes: *Wybór mów*, oprac. R. Turasiewicz, Wrocław–Warszawa–Kraków: Ossolineum 1991.
- Dębiński A., Misztal-Konecka J., Wójcik M.: *Prawo rzymskie publiczne*, Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck 2010.
- Ehrenberg V.: *Polis Und Imperium. Beiträge zur Alten Geschichte*, Zürich–Stuttgart: Artemis Verlag 1965.
- Eseje polityczne federalistów, wstęp i wybór F. Quinn, Kraków–Warszawa: Znak 1999.
- Finley M.I.: *Polityka w świecie starożytnym*, Kraków: Znak i Fundacja im. S. Batorego 2000.
- Gorgiasz: *Pochwała Heleny*, „Przegląd Humanistyczny” 1984, nr 3.
- Halecki O.: *Historia Polski*, Londyn: Veritas 1958.
- Hansen M.H.: *Demokracja ateńska w czasach Demostenesa. Struktura, zasady i ideologia*, Warszawa: DiG 1999.
- Holzer J.: *Solidarność 1980-1981. Geneza i historia*, Warszawa: Agencja Omnipress 1990.
- Jacynowska M.: *Dzieje Imperium Romanum*, Warszawa: PWN 1995.
- Jellinek G.: *Ogólna nauka o państwie*, t. I-II, Warszawa: Księgarnia F. Hoesicka 1921-1924.
- Kapsa I.: *Partie trzecie w systemie partyjnym Wielkiej Brytanii na przykładzie Liberalnych Demokratów*, [w:] T. Godlewski, M. Jastrzębski, I. Kapsa, D. Karnowska, A. Lipiński, *Współczesne partie polityczne. Wybrane problemy*, Toruń: Adam Marszałek 2009.
- Konopczyński W.: *Liberum veto. Studium porównawczo-historyczne*, Kraków: Universitas 2002.
- Korolko M.: *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa: Wiedza Powszechna 1996.
- Korpany J.: *Studia nad łacińską terminologią polityczno-socjalną okresu republiki rzymskiej*, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk: Ossolineum 1976.
- Król E.: *Propaganda i indoktrynacja narodowego socjalizmu w Niemczech 1919-1945. Studium organizacji, treści, metod i technik masowego oddziaływania*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza Rytm i SNP PAN 1999.
- Lengauer W.: *Starożytna Grecja okresu archaicznego i klasycznego*, Warszawa: DiG 1999.
- Linderski J.: *Rzymskie zgromadzenia wyborcze od Sulli do Cezara*, Wrocław–Warszawa–Kraków: Ossolineum 1966.
- Linder W.: *Demokracja szwajcarska. Rozwiązywanie konfliktów w społeczeństwie wielokulturowym*, Rzeszów: Wydawnictwo WSP 1996.
- Łojek J.: *Studia nad prasą i opinią publiczną w Królestwie Polskim 1815-1830*, Warszawa: PWN, 1966.
- Machiavelli N.: *Książę*, oprac. K. Grzybowski, Wrocław–Warszawa–Kraków: Ossolineum 1969.
- Maciejewski M.: *Od piwiarnianego klubu do organizacji wyrotowej. Nazizm w latach 1919-1924*, Toruń: Adam Marszałek 2005.
- Marrou H.-I.: *Historia wychowania w starożytności*, Warszawa: PIW 1969.
- Merton R.K., Lazarsfeld P.: *Studia nad propagandą radiową i filmową*, [w:] R.K. Merton, *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, Warszawa: PWN 1982.

- Nieć M.: Komunikowanie polityczne w społeczeństwie przedmasowym, Warszawa: Wolters Kluwer 2011.
- Nieć M.: O tzw. autorytaryzmie demokracji attyckiej, „Przegląd Prawa i Administracji” 2009.
- Nieć M.: Rozważania o pojęciu polityki w kręgu kultury attyckiej. Studium z historii polityki i myśli politycznej, Wrocław–Kraków: Księgarnia Akademicka 2006.
- Nieć M.: Trzy projekty demokracji w Attyce. Próba rekonstrukcji, [w:] *Czas a trwanie idei politycznych i prawnych*, red. K. Chojnicka, A. Citkowska-Kimla, W. Kozub-Ciembroniewicz, Warszawa: Wolters Kluwer 2008.
- Nieć M.: Wspólnota, jednostka i wolność w myśli politycznej starożytnej Grecji (nurt demokratyczny), [w:] *Idea wolności w ujęciu historycznym i prawnym. Wybrane zagadnienia*, red. E. Kozerska, P. Sadowski A. Szymański, Toruń: Adam Marszałek 2010.
- Ochmann-Staniszevska S., Staniszevski Z.: Sejm Rzeczypospolitej za panowania Jana Kazimierza Wazy. Prawo – doktryna – praktyka, Wrocław: Wydawnictwo UW. 2000.
- Olszewski H.: Sejm w dawnej Rzeczypospolitej. Ustrój i idee, t. I-II, Poznań: UAM 2002.
- Platon: Państwo, Warszawa: Akme 1990.
- Platon: Prawa, Warszawa: Wydawnictwo Alfa 1997.
- Reale G.: Historia filozofii starożytnej, t. II: Platon i Arystoteles, Lublin: KUL 2005.
- Ryszka F.: Państwo stanu wyjątkowego. Rzecz o systemie państwa i prawa Trzeciej Rzeszy, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk–Łódź: Ossolineum 1985.
- Sartori G.: Teoria demokracji, Warszawa: PWN 1995.
- Schmitt C.: Teologia polityczna i inne pisma, Kraków–Warszawa: Znak i Fundacja im. S. Batorego 2000.
- Schumpeter J.: Kapitalizm, socjalizm, demokracja, Warszawa: PWN 1995.
- Słownik języka polskiego, red. M. Szymczak, t. I, Warszawa: PWN 1990.
- Słownik wyrazów bliskoznacznych, red. S. Skorupka, Warszawa: Wiedza Powszechna 1985.
- Sobolewski M.: Partie i systemy partyjne świata kapitalistycznego, Warszawa: PWN, 1977.
- Sofiści greccy, Warszawa: Wydawnictwo J. Mortkowicza [b.r.w.].
- Sucheni-Grabowska A.: Sejm w latach 1540-1586, [w:] *Historia sejmu polskiego*, t. I: *Do Schyłku szlacheckiej Rzeczypospolitej*, red. J. Michalski, Warszawa: PWN 1984.
- Świderski B.: Gdańsk i Ateny. O demokracji bezpośredniej w Polsce, Warszawa: IFiS PAN 1996.
- Uruszczak W.: Sejm walny koronny w latach 1506-1540, Warszawa: PWN 1980.
- Weber M.: Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej, Warszawa: PWN 2002.
- Weber M.: Polityk jako zawód i powołanie, Warszawa, Kraków: Znak i Fundacja im. S. Batorego 1998.
- Wiktoria J.: Promocja. System komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem, Warszawa: PWN 2001.
- Witkowski S.: Państwo greckie. Historia ustroju państw greckich i obraz ustroju Aten i Sparty, Warszawa: KWPA 1938.
- Wyczański A.: Polska Rzecz Pospolitą szlachecką, Warszawa: PWN 1991.
- Żukowski A.: Systemy wyborcze, Olsztyn: Wydawnictwo WSP 1999.

THE ELECTORAL CAMPAIGN

– A POLITICAL SCIENTIST'S REMARKS ON THE ROOTS OF THE IDEA

S u m m a r y

This paper presents an analysis of how the concept and the practice of electoral campaign has developed throughout the ages; since the times of the Athenian democracy until the contemporary democratic or authoritarian state. In his analytical study, the author focuses on the Athenian democracy, the Roman Republic, the Polish Nobility state and the contemporary representative democracy of the United States of America. The author makes a distinction between the election and the electoral campaign and specifies the factors that underlie the distinction. The election was well-known in the Classical and the Modern-Time periods, whereas the phenomenon of electoral campaign comes into view no sooner than the modern times, with the growth of mass political parties and mass press journalism. The text also specifies what the political (systemic) criteria must be met for the electoral campaign to take place. The difference between the propaganda-based political campaign and the electoral campaign is described and the latter concept is defined.

Translated by: Konrad Klimkowski

Słowa kluczowe: demokracja, kampania propagandowa, republika rzymska, demokracja szlachecka Rzeczypospolitej, społeczeństwo masowe, media masowe.

Key words: democracy, propaganda campaign, Roman Republic, the Nobles' Democracy in the Polish-Lithuanian Commonwealth, mass society, mass media.