

## WPROWADZENIE

Oddajemy w Państwa ręce kolejny politologiczny numer „Roczników Nauk Społecznych”. Tym razem jest on poświęcony komunikowaniu politycznemu w okresie wyborczym ze szczególnym uwzględnieniem elekcji 2014 r., począwszy od wyborów do Parlamentu Europejskiego w Polsce, poprzez polskie wybory samorządowe, na wyborach parlamentarnych w Indiach skończywszy.

Rok 2014 rozpoczął dwuletni okres czterech elekcji, które kalendarz wyborczy w Polsce przewidział na ten czas. Permanentna kampania wyborcza stała się zauważalna już nie tylko dla badaczy, ale i zwykłych wyborców. Nakładanie się na siebie działań kampanijnych związanych z różnymi elekcjami, jak również coraz większe bogactwo narzędzi komunikowania kandydatów z wyborcami spowodowały, że tematyka niniejszego numeru niejako nasunęła się sama.

W problematykę wyborczą wprowadza czytelników Waldemar Wojtasik. W swoim tekście poświęconym manipulacjom wyborczym podkreśla, że są one mechanizmem trwałego wpływu na wynik wyborów. Zmieniają one poziom politycznej niepewności, której wymiar jest kształtowany w sferach: instytucjonalnej i komunikacyjnej. Zdaniem autora, skutki manipulacji wyborczych częściej mają oddziaływanie obliczone na najbliższy czas, ale te ze sfery instytucjonalnej mogą kształtować długoterminowy poziom niepewności politycznej.

Mateusz Nieć za przedmiot swych badań uczynił populistyczny dyskurs, charakterystyczny, jego zdaniem, dla każdej kampanii wyborczej. W swoim artykule przedstawia wyniki analizy dyskursu politycznego polskich partii, biorących udział w kampanii wyborczej przed wyborami do Parlamentu Europejskiego w 2014 r. Metodą badawczą, zastosowaną przez autora, jest analiza zawartości przekazów, jak przypomina autor, przeniesiona na polski grunt i dopracowana twórczo przez Irenę Tetelowską i Walerego Pisarka.

Analizę dotyczącą kampanii wyborczej przed wyborami do Parlamentu Europejskiego w Polsce kontynuuje Agnieszka Łukasik-Turecka. Autorka w swym tekście ukazuje, w jaki sposób uprawnione komitety wyborcze, które wystawiły swoje listy na Lubelszczyźnie przed wyborami do Parlamentu Europejskiego

w 2014 r., wykorzystały przyznany im czas antenowy w Radiu Lublin S.A. i jakie było kryterium podziału czasu między poszczególnych kandydatów. Szczególną uwagę autorka poświęciła zagadnieniu, czy w trakcie kampanii wyborczej uprawnione komitety wyborcze preferowały elity partyjne, przyznając im gros czasu antenowego, czy też przyznany czas dzielono proporcjonalnie między wszystkich kandydatów.

Z kolei Szymon Ossowski swym tekstem przenosi nas do rozważań nad samorządową kampanią wyborczą 2014 r. W artykule analizuje przyczyny porażki Ryszarda Grobelnego w wyborach na stanowisko Prezydenta Poznania. W publikacji stara się odpowiedzieć na pytania: w jaki sposób w tak krótkim czasie Jackowi Jaśkowiakowi udało się zbudować tak wysokie poparcie, jakie błędy popełnił Ryszard Grobelny, że po 16 latach poznaniacy gremialnie opowiedzieli się przeciwko swojemu wieloletniemu prezydentowi, oraz czy pewne momenty kampanii można uznać za przesądzające o jej ostatecznym wyniku, a także jakie błędy popełnił w jej trakcie Ryszard Grobelny.

Rozważania poświęcone elekcjom 2014 r. zamyka tekst autorstwa Izabeli Podobas poświęcony social mediom, w szczególności zaś ich wykorzystaniu na szeroką skalę w trakcie kampanii wyborczej narodowo-konserwatywnej Indyjskiej Partii Ludowej (Bharatiya Janata Party – BJP), przed wyborami parlamentarnymi w 2014 r. Jak zauważa autorka, celem BJP stał się interaktywny dialog z obywatelami i włączenie ich w działania wyborcze, a także szerzenie świadomości politycznej i zachęcenie młodych wyborców do tego, aby poszli zagłosować.

Przybliżenie w niniejszym numerze „Roczników” kampanii wyborczych mających miejsce przed różnego rodzaju elekcjami, odbywającymi się nie tylko w obszarze polskiej sceny politycznej, pozwoliło – miejmy nadzieję – na przybliżenie czytelnikom różnych narzędzi komunikowania politycznego charakterystycznych właśnie dla okresu wyborczego. Ten wielopłaszczyznowy charakter komunikowania z jednej strony zróżnicował, z drugiej zaś upodobił rywalizację wyborczą, bez względu na charakter elekcji i rodzaj sceny politycznej, na której się ona odbywała.

*Agnieszka Łukasik-Turecka*

## INTRODUCTION

We are presenting the next political-science issue of “Roczniki Nauk Społecznych. Annals of Social Sciences”. This time it is devoted to political communication during the election period, taking the elections of 2014 into consideration, from the election to the European Parliament in Poland, to Polish local government elections, to the parliamentary election in India.

The year 2014 began the two-year period of four elections included in the election calendar in Poland for that period. The permanent election campaign was noticeable not only to researchers and scholars but also ordinary voters. The overlapping of campaign activities associated with different elections as well as the increasing abundance of tools for the candidates to communicate with voters made to the subject of the present issue come to mind of itself.

The election problems are introduced by Waldemar Wojtasik. In his text devoted to election manipulations, he emphasizes that they are the mechanism for permanent impact on election results. They change the level of political uncertainty whose dimension is formed in the institutional and communication sphere. The author believes that the results of election manipulations are more often intended for a short-term effect but those in the institutional sphere may impact a long-term level of political uncertainty.

The object of Mateusz Nieć’s research is the populist discourse, characteristic, in his view, of every election campaign. In his article he presents the results of analyzing of the political discourse of the Polish parties which took part in the election campaign before the election to the European Parliament in 2014. The method of investigation employed by the author is the content analysis of messages, which, as the author reminds, was transferred onto Polish soil and creatively developed by Irena Tetelowska and Walery Pisarek.

The analysis concerning the election campaign before the election to the European Parliament in Poland is also conducted by Agnieszka Łukasik-Turecka. In her text the author shows how the authorized election committees, which registered their election tickets in the Lublin province before the elections to the European Parliament in 2014, used their broadcasting time on Radio Lublin S.A. and what was the criterion for dividing the time between individual candidates.

The author devoted special attention to the question whether during the election campaign the authorized election committees favored the party elites by giving them most of the broadcasting time, or whether the allotted time was proportionately divided between all the candidates.

In his text, Szymon Ossowski in turn discusses the local government election campaign in 2014. He analyzes the reasons why Ryszard Grobelny failed to be elected Mayor of Poznań. In the publication he seeks to answer the questions how Jacek Jaśkowiak managed to gain such a large support in such a short time, which errors Ryszard Grobelny made that after sixteen years the Poznań citizens were en masse against their mayor of long standing, and whether certain moments in the campaign can be regarded as those deciding its final outcome, and also what errors Ryszard Grobelny committed in its course.

The paper closing discussions on the elections in 2014 is one by Izabela Podobas, devoted to the social media, in particular to their large-scale utilization during the election campaign conducted by the national-conservative Indian People's Party (Bharatiya Janata Party – BJP), before the parliamentary election in 2014. As the author observes, the aim of the BJP was to conduct an interactive dialogue with citizens and to include them in election activities, as well as to propagate political awareness and to encourage young voters to go to the polls.

The closer presentation in this issue of “Roczniki Nauk Społecznych” of election campaigns that took place before various elections held not only on the Polish political scene will hopefully enable the readers to become more familiar with different political communication tools characteristic of precisely the election period. This multifaceted nature of communication made election competition diversified on the one hand, and similar on the other, regardless of the character of election and the kind of political scene on which it was held.

*Agnieszka Łukasik-Turecka*