

Magdalena Musiał-Karg

Cisza wyborcza w internecie – przykład polskich wyborów parlamentarnych z 2011 r.

SŁOWA KLUCZOWE:

cisza wyborcza, internet, agitacja, wybory parlamentarne 2011

Wprowadzenie

Współczesna demokracja ulega istotnym przeobrażeniom, będącym konsekwencją dynamicznego rozwoju technologii informacyjnych i komunikacyjnych (*Information and Communication Technologies – ICT*). Zastosowanie nowoczesnych technologii zauważalne jest praktycznie we wszystkich dziedzinach życia współczesnego człowieka. Technologie te są stosowane nie tylko w biznesie, bankowości, rozrywce czy handlu, ale także w życiu politycznym. ICT wywierają niezwykle duży wpływ na ewolucję państwa, jego instytucji czy procedur demokratycznych. Nowoczesne technologie w coraz szerszym zakresie są wykorzystywane na rynku politycznym, znajdując zastosowanie w procesach informowania wyborców przez polityków oraz komunikowania pomiędzy politykami i wyborcami, a także w procesie głosowania.

Nowoczesne technologie wywierają również wpływ na realizację fundamentalnych zasad demokracji. Kluczowa dla funkcjonowania państwa demokratycznego jest – prócz zasady trójpodziału władz czy zasady państwa prawa – zasada suwerenności narodu, której istotą jest założenie, że władza zwierzchnia znajduje się w rękach narodu¹. Zasada zwierzch-

¹ W. Skrzydło (red.), *Polskie prawo konstytucyjne*, Lublin 2008, s. 129.

nictwa narodu urzeczywistniana jest w sposób bezpośredni (przejawia się m.in. w prawie do referendum czy inicjatywy ludowej) i pośredni (np. poprzez wybór parlamentarzystów, którzy po uzyskaniu mandatu w imieniu społeczeństwa sprawują władzę²). W kontekście niniejszych rozważań na uwagę zasługuje fakt, że przed państwowymi elekcjami – zarówno przed wyborami (np. parlamentarnymi), jak i przed głosowaniem referendalnym – przeprowadzana jest kampania wyborcza (obecnie prowadzona m.in. w internecie), która w Polsce trwa od momentu zarządzenia wyborów przez stosowny organ do momentu rozpoczęcia ciszy wyborczej. Cisza wyborcza trwa natomiast do momentu zakończenia głosowania, czyli do zamknięcia lokali wyborczych.

Należy zauważyć, że w niektórych państwach (np. w Stanach Zjednoczonych) cisza wyborcza nie obowiązuje – a co więcej, jest instytucją praktycznie nieznaną. Tam partie polityczne i kandydaci prowadzą kampanię wyborczą do momentu zamknięcia lokali wyborczych. Taka sytuacja pozwala im walczyć o każdy głos niemal do momentu wejścia wyborcy do lokalu wyborczego.

Cisza wyborcza jest określonym w prawie okresem, który zazwyczaj rozpoczyna się bezpośrednio przed dniem głosowania, a kończy wraz z zakończeniem głosowania. W czasie trwania ciszy wyborczej zabronione są jakiejkolwiek formy agitacji wyborczej, zmierzające do promowania wśród wyborców określonego kandydata, listy kandydatów czy komitetu wyborczego biorącego udział w wyborach³. W czasie ciszy wyborczej zabronione jest prowadzenie jakiejkolwiek agitacji wyborczej, włączając w to zwoływanie zgromadzeń, organizowanie pochodów i manifestacji, wygłaszanie przemówień czy rozpowszechnianie materiałów wyborczych. Ponadto, media społecznego przekazu: telewizja, radio, prasa, internet, nie mogą podawać do publicznej wiadomości i publikować wyników sondaży wyborczych. W okresie ciszy wyborczej zabronione jest także podawanie wyników przedwyborczych badań opinii publicznej dotyczących przewidywanych zachowań wyborczych i wyniku wyborów. Przyczyną tego stanu rzeczy jest fakt, że wyniki sondaży wyborczych, służące celom informacyjnym i naukowym, są często również wykorzystywane w celach propagandowych przez marketing wyborczy i mogą działać zarówno mobilizująco, jak i demobilizująco na całe grupy elektoratu.

² *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.*, Dz.U. z 1997 r. Nr 78, poz. 483, art. 4.

³ B. Michalak, A. Sokala, *Leksykon prawa wyborczego i systemów wyborczych*, Warszawa 2010, s. 20.

W odniesieniu do zagadnienia ciszy wyborczej w nowych mediach, a bardziej szczegółowo – w internecie, zaznaczyć należy, że o ile dosyć łatwo jest sprawdzić, czy wspomniane powyżej działania były prowadzone, to o wiele trudniejszym przedsięwzięciem byłoby zapanowanie nad ciszą wyborczą na stronach WWW. Prócz tego, częste są przypadki prowadzenia agitacji wyborczej za pośrednictwem telefonii komórkowej – w formie krótkich wiadomości tekstowych sms wysyłanych w czasie trwania głosowania lub tuż po zakończeniu kampanii wyborczej. Ta platforma komunikacji pomiędzy wyborcami i klasą polityczną stwarza dużo możliwości łamania zasad ciszy wyborczej.

Celem rozważań prowadzonych w niniejszym tekście jest próba zarysowania pojawiających się w ostatnich latach wątpliwości co do zasadności obowiązywania ciszy wyborczej w dobie funkcjonowania nowych mediów (szczególnie w dobie internetu). Podejmowany w niniejszym artykule temat wydaje się być o tyle istotny z badawczego punktu widzenia, że przy okazji kilku ostatnich wyborów w Polsce pojawiało się wiele doniesień medialnych na temat przypadków agitacji wyborczej w sieci. Doniesienia te stały się przyczynkiem do dyskusji na temat wątpliwości co do sensu dalszego obowiązywania ciszy wyborczej.

W swoich rozważaniach na temat dylematów związanych z funkcjonowaniem ciszy wyborczej w internecie omówię i zilustruję przykładami niektóre możliwości łamania zakazu agitacji wyborczej na stronach WWW. W artykule tym zostaną wykorzystane wybrane fragmenty wpisów na kilku blogach i stronach internetowych, na których łamano ciszę wyborczą przy okazji wyborów parlamentarnych w Polsce w 2011 r.

Moim celem nie jest wyczerpanie tematu (ze względu na jego zasięg byłoby to niezwykle trudne), chciałabym jednak, by niniejszy tekst stał się przyczynkiem do dalszej pogłębionej dyskusji dotyczącej funkcjonowania ciszy wyborczej w dobie nowych technologii.

Cisza wyborcza – istota i wybrane przykłady rozwiązań europejskich

Cisza wyborcza, określana także mianem ciszy przedwyborczej (a w literaturze anglojęzycznej występująca pod określeniem: *election silence*, *pre-election silence*, *electoral silence*, *campaign silence*), jest ściśle ustalonym w przepisach prawa czasem, który rozpoczyna się zwykle bezpośrednio przed dniem głosowania, a kończy wraz z zamknięciem

lokali wyborczych. Cisza wyborcza rozpoczyna się wraz z zakończeniem kampanii wyborczej, a podczas trwania ciszy zabrania się prowadzić agitację wyborczą na rzecz jakiegokolwiek kandydata, partii politycznej czy komitetu wyborczego.

Jak wskazują Bartłomiej Michalak i Andrzej Sokół, celem ciszy wyborczej jest umożliwienie wyborcom spokojnego podjęcia decyzji wyborczych. Istotą ciszy wyborczej jest więc stworzenie uprawnionym do głosowania w wyborach czy w referendum możliwości spokojnej oceny oferty wyborczej, zastanowienia się i przemyślenia decyzji wyborczych w warunkach wolnych od wpływu działań podejmowanych przez sztaby wyborcze poszczególnych konkurentów na rynku wyborczym. Podczas ciszy zabronione są „jakiegokolwiek formy agitacji wyborczej, zmierzające do promowania wśród wyborców określonego kandydata, listy kandydatów, albo komitetu wyborczego biorącego udział w wyborach”⁴.

Wprowadzeniu ciszy wyborczej towarzyszy założenie, według którego winna ona służyć refleksji i zastanowieniu się, na kogo oddać głos w wyborach. Jednym z pierwszych państw, w których wprowadzono przed wyborami ciszę wyborczą, były po II wojnie światowej Niemcy, a bodźcem do wdrożenia takiego rozwiązania były złe doświadczenia z początku dwudziestolecia międzywojennego⁵. Obecnie cisza wyborcza obowiązuje w wielu państwach Europy Środkowej i Wschodniej. W innych państwach Europy i świata nie jest narzędziem często spotykanym, co wynika z przekonania, że zakaz agitacji wyborczej stanowi naruszenie wolności słowa. Stąd w wielu demokracjach zachodnich cisza wyborcza uznawana jest za działanie niezgodne z konstytucją.

Dodać należy, że w niektórych państwach – mimo iż cisza nie jest tam usankcjonowana prawnie – przedstawiciele konkurujących w wyborach sił politycznych nieformalnie ustalają przerwanie działań kampanijnych, zawierając tzw. *gentlemen's agreement*, co zobowiązuje ich do prowadzenia kampanii według określonych standardów oraz do wstrzymania się od agitacji w określonym czasie przed wyborami⁶.

Ciszę wyborczą wprowadzono w wielu tzw. młodych demokracjach. Wynika to z faktu, że w okresie bezpośrednio poprzedzającym głosowanie walka wyborcza pomiędzy konkurującymi politykami i ugrupowaniami jest tak ostra, że pewne ograniczenie debaty politycznej tuż przed wybo-

⁴ Tamże.

⁵ P. Kowalczyk, C. Gmyz, *Cisza wyborcza psuje demokrację?*, 6.06.2009, Rzeczpospolita.pl, <http://www.rp.pl/arttykul/316207.html>, 2.11.2011.

⁶ *Campaign silence*, The ACE Electoral Knowledge Network, <http://aceproject.org/electoral-advice/archive/questions/replies/699408090>, 2.11.2011.

rami wydaje się rozwiązaniem uzasadnionym. Wyciszenie w ten sposób kampanii przedwyborczej ma zapobiec eskalacji konfliktów przed samym głosowaniem i podczas jego trwania.

W większości państw, w których obowiązuje cisza wyborcza, jest ona ustanowiona prawnie – w ustawach wyborczych. Taka formuła została przyjęta m.in. w Polsce, gdzie wszystkie funkcjonujące wcześniej ordynacje wyborcze oraz obowiązujący obecnie Kodeks wyborczy wprowadzały zakaz prowadzenia agitacji wyborczej na 24 godziny przed rozpoczęciem głosowania. W regulacjach ustawowych wprowadzono zapisy mówiące o tym, że kampania wyborcza kończy się właśnie we wskazanym powyżej czasie.

Podobne rozwiązania przyjęły inne państwa środkowo- i wschodnioeuropejskie (np. Albania, Rosja, Chorwacja, Litwa, Czechy, Słowacja, Rumunia) – kampania wyborcza nie trwa tam do ostatniej chwili, czyli do dnia, w którym odbywa się samo głosowanie. Wprowadzono ograniczenia w prowadzeniu kampanii wyborczej, ustalając okres, podczas którego zabroniona jest jakakolwiek agitacja na rzecz konkurujących ze sobą sił politycznych⁷. W większości przypadków w ustawach nie użyto zwrotu „cisza wyborcza”, jednak z przepisów poszczególnych artykułów wynika jej obowiązywanie (przepisy mówią o zakończeniu kampanii i zakazie agitacji w okresie przedwyborczym i w dniu głosowania).

Różnice w konstrukcji prawnej tego narzędzia w państwach Europy Środkowej i Wschodniej dotyczą odmiennej długości okresu trwania ciszy wyborczej.

W Polsce – zgodnie z art. 107 Kodeksu wyborczego – cisza wyborcza trwa od zakończenia kampanii wyborczej aż do końca głosowania. Kampania, jak wspomniano, kończy się 24 godziny przed dniem głosowania⁸. To samo rozwiązanie przyjęto w kilku państwach określanym mianem

⁷ G. Kryszewski, *Standardy prawne wolnych wyborów parlamentarnych*, Białystok 2007, s. 185.

⁸ *Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy* (Dz.U. z 2011 r. Nr 21, poz. 112, art. 107 ust. 1).

państw byłego bloku wschodniego⁹: w Bułgarii¹⁰, Słowenii¹¹, Chorwacji¹², Albanii¹³, na Węgrzech¹⁴, a także w Federacji Rosyjskiej¹⁵. Tam cisza wyborcza rozpoczyna się na 24 godziny przed dniem głosowania.

W Czechach¹⁶, Słowacji¹⁷ i Rumunii¹⁸ cisza wyborcza obowiązuje o dobę dłużej niż w państwach wymienionych w poprzednim akapicie – rozpoczyna się więc 48 godzin przed dniem głosowania i trwa łącznie niemal 3 doby.

⁹ Przywołane w kolejnych przypisach zagraniczne akty prawne zostały zaczerpnięte ze strony internetowej Legislationline.org, OSCE Office for Democratic Institutions and Human Rights, ODIHR Documentation Center, <http://www.legislationline.org/>. Niniejsza strona Biura na rzecz Instytucji Demokratycznych i Praw Człowieka (Organizacji Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie) zawiera bazę europejskich państwowych aktów prawnych dotyczących m.in. regulacji wyborczych. W kolejnych przypisach wymienione zatem będą tytuły aktów prawnych wraz z tytułem strony (Legislationline), z której zostały zaczerpnięte.

¹⁰ *Presidential Elections Act. Promulgated State Gazette*, No 82/04.10.1991; Amended SG No. 98/1991, 44/1996, 59/1998, art. 10; Legislationline.

¹¹ *National Assembly Elections Act. Official Gazette of the Republic of Slovenia*, No. 109/2006, 57/2007, 49/2008) ZVDZ-UPB1, art. 5; *Elections and Referendum Campaign Act*, Official Gazette of the Republic of Slovenia, No. 41/2007, 105/2008) ZVRK, art. 2; Legislationline.

¹² *Act on the Elections of Representatives to the Croatian Parliament*, Zagreb, 9th April 2003, art. 26; Legislationline.

¹³ *Republic of Albania. The Assembly Law no 9087, dated 19.6.2003 amended by the law nr. 9297 dated 21.10.2004 and by the law no. 9341, dated 10.1.2005, The Electoral Code of the Republic of Albania*, art. 133.

¹⁴ *Act C of 1997 on Electoral Procedure*, art. 40, National Elections Office, http://www.valasztas.hu/en/ovi/241/241_1_8.html, 2.11.2011.

¹⁵ Federal Law No 175-FZ of December 20, 2002 On the Election of Deputies of the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation, Adopted by the State Duma on November 20, 2002, Approved by the Federation Council on December 11, 2002, art. 58; Legislationline.

¹⁶ *Act No. 247, On Elections to the Parliament of the Czech Republic, and on Amendments of Certain Other Acts*, September 27, 1995, art. 16; Legislationline.

¹⁷ *Act of 18 March 1999 on election of the president of the Slovak Republic, plebiscite, recalling of president and amending of some other acts, as amended by the Act no. 515/2003 Coll., Act no. 167/2008 Coll. and Act no. 445/2008 Coll.*, art. 15; Act No. 333 in the Collection of Laws Of 13 May 2004 On Elections to the National Council of the Slovak Republic, art. 22; Legislationline.

¹⁸ G. Kryszewski, *Standardy prawne...*, s. 185.

W innych państwach europejskich przyjęto rozwiązanie, zgodnie z którym cisza wyborcza obowiązuje tylko w dniu wyborów. Taka sytuacja ma miejsce w Estonii¹⁹ oraz w Republice Kosowa²⁰.

Jeszcze inaczej sprawę tę uregulowano na Litwie. Tam cisza wyborcza rozpoczyna się na 30 godzin przed dniem głosowania²¹.

Jak już wspomniano, w okresie ciszy wyborczej zabronione jest także podawanie do publicznej wiadomości wyników przedwyborczych badań opinii publicznej dotyczących przewidywanych zachowań wyborczych i wyniku wyborów. Wiąże się to z faktem, że sondaże przedwyborcze mogłyby w istotny sposób wpływać na ostateczne wyniki elekcji. Jak zauważają B. Michalak i A. Sokala, wyniki sondaży wyborczych, oprócz swojej funkcji informacyjnej i naukowej, są również często wykorzystywane w celach propagandowych²². Efektem zatem podania informacji o wynikach sondażowych może być mobilizacja zwolenników partii A (bo np. wyniki wskazywały niskie poparcie dla tego ugrupowania), jak i demobilizacja zwolenników partii B (którzy widząc duże poparcie dla swojej partii, rezygnują z pójścia do lokali wyborczych, będąc pewnymi wygranej). Te same sondaże mogą również demobilizować niektórych wyborców partii A (którzy widząc bardzo słabe wyniki swojej partii, rezygnują z głosowania, przewidując jej pewną porażkę), jak i mobilizować zwolenników ugrupowania B (którzy mogą chcieć pójść do głosowania, by pokazać przeciwnikom siłę swojej partii i postawić w ten sposób kropkę nad i). Sondaże również oddziałują na wyborców niezdecydowanych, którzy w niektórych państwach stanowią znaczną część uprawnionych do głosowania. Właśnie z powodu tej funkcji mobilizacyjnej – bądź demobilizacyjnej – ustawodawca w wielu państwach przewidział zakaz publikowania sondaży przedwyborczych bezpośrednio przed głosowaniem i w jego trakcie²³.

Niezwykle interesujący wydaje się fakt, że termin „cisza wyborcza” w języku angielskim praktycznie nie funkcjonuje. Jeśli już gdzieś pojawia się takie określenie, to raczej sporadycznie i zwykle w bardzo lakonicznej

¹⁹ *Riigikogu Election Act, passed on 12.06.2002*, published in Riigi Teataja (State Gazette) – RT I 2002, 57, 355, art. 5 ust. 2; *Referendum Act, passed 13 March 2002*, published in Riigi Teataja (State Gazette) – RT I 2002, 30, 176, art. 10 ust. 1; Legislationline.

²⁰ *Law No. 03/L-073 On General Elections in the Republic of Kosovo*, 5 June 2008, art. 3; Legislationline.

²¹ *Republic of Lithuania Law on Elections to the Seimas*, 9 July 1992, No I-2721, Vilnius (As last amended on 15 April 2008 – No X-1490), art. 56; Legislationline.

²² B. Michalak, A. Sokala, *Leksykon prawa...*, s. 127.

²³ Tamże.

formie. Wynika to głównie z tego, że cisza wyborcza jest w krajach anglosaskich zjawiskiem zupełnie nieznanym. „Gdyby ktoś próbował narzucić ciszę wyborczą w Ameryce [...] podniósłby się powszechny alarm, zarówno na lewicy, jak i na prawicy, że urządził zamach na świętą Pierwszą Poprawkę do Konstytucji USA, która zapewnia obywatelom całkowitą wolność wypowiedzi”²⁴. Mariusz Zawadzki słusznie zauważa, że w przypadku Stanów Zjednoczonych „nie chodzi tylko o kwestię zasad, ale też o mocno zakorzenione lokalne zwyczaje. Amerykańskie życie polityczne jest dużo żywsze, barwniejsze i bardziej brutalne niż polskie. Debata trwa tutaj w zasadzie na okrągło, każdego dnia, i próba jej ograniczania zostałaby uznana za szaleństwo”²⁵.

Podsumowując dotychczasowe rozważania, należy zaznaczyć, że jakkolwiek sam zamiysł wprowadzenia ciszy wyborczej po to, by umożliwić wyborcom spokojne podejmowanie decyzji, wydaje się w pełni uzasadniony, to jednak nie w każdym państwie, nie w każdym społeczeństwie, a ściślej rzecz biorąc w jego mentalności – narzędzie to znajduje podatny grunt. O ile w Europie Środkowej i Wschodniej cisza wyborcza funkcjonuje, a nawet można stwierdzić, że jest pożądana przez wyborców²⁶, to w państwach zachodnich utożsamiana jest z zamachem na wolność słowa.

Dodać w tym miejscu należy, że o ile podczas ciszy obowiązuje zakaz prowadzenia agitacji wyborczej, to nie jest zabroniona tzw. kampania profrekwencyjna²⁷, której celem jest zachęcenie wyborców do udziału w głosowaniu.

²⁴ M. Zawadzki, *W Ameryce o ciszy nie słyszeli*, 8.10.2011, Gazeta.pl, <http://wyborcza.pl/2029020,75477,10431487.html>, 3.12.2012.

²⁵ Tamże.

²⁶ Warto w tym kontekście wspomnieć o wynikach badania opinii publicznej zrealizowanego przez Millward Brown SMG/KRC na zlecenie TVN24 (badanie przeprowadzono w dniach 17 i 18 czerwca 2010 r. na ogólnopolskiej próbie 2004 osób (telefony stacjonarne i komórkowe)), według których 35% ankietowanych stwierdziło, że cisza wyborcza jest zdecydowanie potrzebna, 24% oceniło, że jest raczej potrzebna, 21% określiło ją jako raczej niepotrzebną, a 13% respondentów zadeklarowało się jako jej zdecydowani przeciwnicy; *Cisza wyborcza? 59 proc. Polaków jest „za”*, 19.06.2010, Gazeta.pl, http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,8035780,Cisza_wyborcza__59_proc_Polakow_jest__za_.html, 11.11.2011.

²⁷ Przed wieloma wyborami państwowymi w Europie i na świecie, twórcy reklamy społecznej przypominają w formie merytorycznych kampanii profrekwencyjnych o wyborach i zachęcają do udziału w głosowaniu. Kampania profrekwencyjna to działania zachęcające do uczestnictwa w wyborach. Są to przedsięwzięcia podejmowane na wielu płaszczyznach, polegające m.in. na emitowaniu społecznych spotów radiowych i telewizyjnych.

Cisza wyborcza w Polsce

Cisza wyborcza – jak wskazuje użyty w jej nazwie przymiotnik – ma ścisły związek z wyborami. „Wybory, elekcja (z łac. *eligere* – wybierać) to okresowy proces wybierania przez obywateli w drodze głosowania przedstawicieli na określone stanowiska lub do pełnienia określonych funkcji”²⁸. Cisza wyborcza jest również stosowana przy głosowaniach referendalnych – w tym przypadku mechanizmy są zwykle identyczne jak np. przy wyborach parlamentarnych. Zasady i sposób przeprowadzania zarówno wyborów, jak i referendów, a także inne kwestie związane z wyborami są określone w prawie wyborczym. Do fundamentalnych źródeł polskiego prawa wyborczego należy zaliczyć Konstytucję z 1997 r. oraz względnie nowy (ustanowiony w 2011 r.) Kodeks wyborczy²⁹. Przypomnieć należy, że o ile ustawa zasadnicza zawiera najważniejsze zasady wyborcze (sformułowane w dość ogólny sposób), to kodeks mówi o poszczególnych wyborach w sposób szczegółowy.

Począwszy od 1989 r. w Polsce obowiązywało kilkanaście ordynacji wyborczych. „Często miały one jednorazowy charakter, tzn. służyły przeprowadzeniu konkretnych wyborów, zaś następne odbywały się już na podstawie kolejnej ordynacji. Pewnym wyjątkiem była ordynacja prezydencka³⁰, na podstawie której dokonano elekcji aż pięciokrotnie [...]. Trzykrotnie «wykorzystywana» była ordynacja do Senatu z 1991 r.³¹. [...] Trzykrotnie również wykorzystano ordynację wyborczą [do Sejmu i Senatu – M.M.-K.] z 2001 r.³²”. Spośród „najmłodszych” ordynacji

zyjnych, dystrybucji ulotek, plakatów, znaczków itp. W ostatnich latach kampania profrekwencyjna prowadzona jest także w internecie. Kampanie profrekwencyjne wydają się niezwykle istotne ze względu na aktywizację obywatelską uprawnionych do głosowania, a przez to – na będącą jej konsekwencją legitymizację podjętych decyzji wyborczych. W tego typu kampaniach przede wszystkim apeluje się do elektoratu, by nie rezygnował z konstytucyjnego prawa, jakim jest głosowanie.

²⁸ M. Chmaj, W. Skrzydło, *System wyborczy w Rzeczypospolitej Polskiej*. 4 Wydanie, Warszawa 2011, s. 11.

²⁹ Do źródeł prawa wyborczego w Polsce zaliczyć można również akty rangi podstawowej, czyli rozporządzenia, które winny być wydane na podstawie upoważnienia zawartego w ustawie i w celu wykonania tejże ustawy; M. Chmaj, W. Skrzydło, *System wyborczy...*, s. 11.

³⁰ *Ustawa z dnia 27 września 1990 r. o wyborze Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej* (Dz.U. z 1990 r. Nr 67, poz. 398 ze zm.).

³¹ *Ustawa z dnia 10 maja 1991 r. – Ordynacja wyborcza do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej* (Dz.U. Nr 58, poz. 246).

³² *Ustawa z dnia 12 kwietnia 2001 r. – Ordynacja wyborcza do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej* (Dz.U. z 2001 r. Nr 46, poz. 499 ze zm.).

dwukrotnie wykorzystano ordynację wyborczą z 2004 r. do Parlamentu Europejskiego³³, czterokrotnie – z 1998 r. do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw³⁴, a ustawę z 2002 r. dotyczącą bezpośredniego wyboru wójta, burmistrza i prezydenta³⁵ miasta – trzykrotnie³⁶. Dodać należy, że każda z tych ordynacji wprowadzała ciszę wyborczą.

Jak zaznaczono, od 1 sierpnia 2011 r. obowiązuje w Polsce *Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy*³⁷, regulująca kwestie związane z wszystkimi rodzajami wyborów: parlamentarnych, prezydenckich, samorządowych i do Parlamentu Europejskiego. Wcześniejsze ordynacje wyborcze³⁸ zostały uchylone zgodnie z art. 10 ustawy o przepisach wprowadzających Kodeks wyborczy³⁹.

W art. 107⁴⁰ Kodeksu wyborczego – podobnie jak w poprzednio funkcjonujących aktach prawnych dotyczących prawa wyborczego – została ustanowiona cisza wyborcza. Z przepisów ustawy wynika, że w czasie

³³ *Ustawa z dnia 23 stycznia 2004 r. – Ordynacja wyborcza do Parlamentu Europejskiego* (Dz.U. z 2004 r. Nr 25, poz. 219 ze zm.).

³⁴ *Ustawa z dnia 16 lipca 1998 r. – Ordynacja wyborcza do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw* (Dz.U. z 1998 r. Nr 95, poz. 602 ze zm.).

³⁵ *Ustawa z dnia 20 czerwca 2002 r. o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta* (Dz.U. z 2002 r. Nr 113, poz. 984 ze zm.).

³⁶ M. Chmaj, W. Skrzydło, *System wyborczy...*, s. 12.

³⁷ *Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy* (Dz.U. z 2011 r. Nr 21, poz. 112).

³⁸ Moc utraciły: *Ustawa z dnia 27 września 1990 r. o wyborze Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej* (Dz.U. z 1990 r. Nr 67, poz. 398 ze zm.), *Ustawa z dnia 16 lipca 1998 r. – Ordynacja wyborcza do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw* (Dz.U. z 1998 r. Nr 95, poz. 602 ze zm.), *Ustawa z dnia 12 kwietnia 2001 r. – Ordynacja wyborcza do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej* (Dz.U. z 2001 r. Nr 46, poz. 499 ze zm.), *Ustawa z dnia 20 czerwca 2002 r. o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta* (Dz.U. z 2002 r. Nr 113, poz. 984 ze zm.), *Ustawa z dnia 23 stycznia 2004 r. – Ordynacja wyborcza do Parlamentu Europejskiego* (Dz.U. z 2004 r. Nr 25, poz. 219 ze zm.).

³⁹ *Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. Przepisy wprowadzające ustawę – Kodeks wyborczy* (Dz.U. z 2011 r. Nr 21 poz. 113, art. 10).

⁴⁰ Warto w tym miejscu nadmienić, że art. 107 Kodeksu wyborczego jest praktycznie powtórzeniem art. 87 poprzednio obowiązującej *Ustawy z dnia 12 kwietnia 2001 r. – Ordynacja wyborcza do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej*. Przepis zbliżony pod względem treści do art. 87 ust. 2 znajdował się w rozdziale 4. ordynacji wyborczej do Sejmu z 1993 r., zatytułowanym *Głosowanie* (*Ustawa z dnia 28 maja 1993 r. – Ordynacja wyborcza do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej*, Dz.U. z 1993 r. Nr 45, poz. 205.). W ust. 1 art. 42 wprowadzono tam zakaz agitacji wyborczej w lokalu wyborczym oraz na terenie budynku, w którym ten lokal się znajduje; S. Gebethner, *Wybory do Sejmu i do Senatu. Komentarz do Ustawy z dnia 12 kwietnia 2001 r. – Ordynacja wyborcza do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej*, Warszawa 2001, s. 123.

trwania ciszy, tzn. od zakończenia kampanii wyborczej aż do momentu zamknięcia lokali wyborczych, zakazane jest promowanie kandydatów, partii politycznych czy komitetów wyborczych w następujących formach: „zwoływanie zgromadzeń, organizowanie pochodów i manifestacji, wygłaszanie przemówień, rozdawanie ulotek, jak też prowadzenie w inny sposób agitacji na rzecz kandydatów i list kandydatów”⁴¹. W ust. 2 tego przepisu wprowadzono zakaz prowadzenia wszelkich form „agitacji w lokalu wyborczym oraz na terenie budynku, w którym ten lokal się znajduje”⁴².

W kontekście prowadzonych rozważań należy zwrócić uwagę na fakt, że w ordynacji wyborczej do Sejmu i Senatu z 2001 r. wprowadzono istotne – wydaje się – rozróżnienie pomiędzy kampanią a agitacją wyborczą. Zgodnie z ustawą, kampania wyborcza jest pojęciem szerszym niż agitacja i definiowana jest jako okres, w którym partie polityczne i wyborcy mogą tworzyć komitety wyborcze, zgłaszać i rejestrować kandydatów, gromadzić fundusze przeznaczone na prowadzenie agitacji wyborczej, a także prowadzić agitację. „Kampania wyborcza rozpoczyna się z dniem ogłoszenia aktu właściwego organu o zarządzeniu wyborów i ulega zakończeniu na 24 godziny przed dniem głosowania”⁴³. Agitacja z kolei rozumiana jest jako szereg działań zmierzających do przekonywania i nakłaniania wyborców do zagłosowania na konkretną listę wyborczą czy na konkretnego kandydata⁴⁴. Można rzec, że agitacja jest niejako składową częścią kampanii.

Zgodnie z literą Kodeksu wyborczego, agitacja wyborcza rozumiana jest jako „publiczne nakłanianie lub zachęcanie, do głosowania w określony sposób lub do głosowania na kandydata określonego komitetu wyborczego”⁴⁵. Można ją prowadzić „od dnia przyjęcia przez właściwy organ zawiadomienia o utworzeniu komitetu wyborczego na zasadach, w formach i w miejscach, określonych przepisami kodeksu”⁴⁶. Agitacja wyborcza nazywana jest walką wyborczą, na którą składa się propagowanie haseł i nakłanianie wyborców do zagłosowania na konkretny komitet wyborczy czy też na konkretną osobę.

W tym miejscu trzeba zaznaczyć za Arkadiuszem Żukowskim, że zwrotów „prowadzenie agitacji wyborczej” oraz „prowadzenie kampanii

⁴¹ Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy, art. 107 ust. 1.

⁴² Tamże, art. 107 ust. 2.

⁴³ Tamże, art. 104.

⁴⁴ Ustawa z dnia 12 kwietnia 2001 r. – Ordynacja wyborcza do Sejmu..., art. 85; S. Gebethner, *Wybory do Sejmu i do Senatu. Komentarz...*, s. 119–120.

⁴⁵ Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy, art. 105 ust. 1.

⁴⁶ Tamże, art. 105 ust. 2.

wyborczej” nie należy rozumieć w ten sam sposób. Mimo to oba określenia są często uznawane za synonimy, co jest nieuzasadnione⁴⁷. Tezę tę uzupełnia stwierdzenie Grzegorza Kruszenia, że niejednoznaczności w pojmowaniu agitacji i kampanii wyborczej mogą wywoływać spory interpretacyjne dotyczące tych pojęć. Błędne rozumienie obu określeń może z kolei powodować trudności w stosowaniu przepisów o przestrzeganiu ciszy wyborczej⁴⁸.

Zgodnie z art. 105 ust. 2 Kodeksu wyborczego, „agitację wyborczą można prowadzić od dnia przyjęcia przez właściwy organ zawiadomienia o utworzeniu komitetu wyborczego na zasadach, w formach i w miejscach, określonych przepisami kodeksu”⁴⁹.

O ile w dniu głosowania oraz na 24 godziny przed tym dniem prowadzenie aktywnej agitacji wyborczej (zwoływanie zgromadzeń, organizowanie pochodów i manifestacji, wygłaszanie przemówień oraz rozpowszechnianie materiałów wyborczych) jest zabronione, to w czasie trwania ciszy (ani tuż przed jej rozpoczęciem) zarejestrowane komitety wyborcze i kandydaci nie mają obowiązku usuwania z miejsc publicznych wszystkich „rzucających się w oczy” materiałów wyborczych: billboardów, plakatów, ulotek itd. Chodzi o to, by nie umieszczać nowych materiałów promujących kandydatów czy partii politycznych. Oczywiście jest również to, że usunięcie wywieszonych wcześniej materiałów (głównie plakatów, ale także wielkoformatowych billboardów) byłoby raczej niewykonalne technicznie.

W czasie ciszy wyborczej Państwowa Komisja Wyborcza wprowadziła jednak zakaz przemieszczania się pojazdów, w tym pojazdów komunikacji miejskiej, na których umieszczono materiały agitacyjne. Takie działania uznano bowiem za aktywną formę agitacji wyborczej. Użytkownik takiego pojazdu w okresie ciszy wyborczej zobligowany jest do usunięcia materiałów wyborczych z pojazdu – zarówno z zewnątrz, jak i z jego wnętrza⁵⁰.

Agitacja wyborcza zabroniona jest również na terenie urzędów administracji rządowej i administracji samorządu terytorialnego oraz sądów, na terenie zakładów pracy – w sposób i w formach zakłócających ich normalne funkcjonowanie, na terenie jednostek wojskowych, oddziałów obrony cywilnej, a także na terenie szkół wobec uczniów. Warto

⁴⁷ A. Żukowski, *System wyborczy do Sejmu i Senatu RP*, Warszawa 2004, s. 115.

⁴⁸ G. Kryszewski, *Standardy prawne...*, s. 186.

⁴⁹ *Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy*, art. 105 ust. 2.

⁵⁰ *Wyjaśnienie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 29 września 2011 r. w sprawie kampanii wyborczej prowadzonej na pojazdach*, ZPOW-503-208/11, Państwowa Komisja Wyborcza, www.pkw.gov.pl, 1.12.2012.

zaznaczyć, że agitacją wyborczą nie są zajęcia z edukacji obywatelskiej, polegające na upowszechnianiu wśród uczniów wiedzy o prawach i obowiązkach obywateli, znaczeniu oraz zasadach organizacji wyborów⁵¹. Jeśli po zakończeniu kampanii wyborczej ktokolwiek próbowałby agitować na rzecz jakiegoś kandydata lub komitetu, działanie to uznane zostałoby za próbę łamania ustanowionego zakazu.

Sondaże przedwyborcze (czyli badanie opinii publicznej dotyczące przewidywanych zachowań wyborczych i wyników wyborów oraz wyniki sondaży wyborczych przeprowadzonych w dniu głosowania) to również istotny (pod względem wpływu na wyborcę) element kampanii wyborczej.

Sondaże przedwyborcze są w Polsce kategorią prawną zawartą w art. 115 Kodeksu wyborczego. Podawanie do publicznej wiadomości wyników sondaży dozwolone jest jedynie w czasie trwania kampanii wyborczej. Publikacja wyników badań podlega ustawowym ograniczeniom czasowym, bowiem prawo traktuje je jako regulowaną formę agitacji wyborczej. Jak wskazuje Ferdynand Rymarz, były przewodniczący Państwowej Komisji Wyborczej, „szczególnie silną ochronę prawną, przed bezwzględnie zakazaną agitacją wyborczą, posiada czas tzw. «ciszy wyborczej» [...], a w szczególności zakaz podawania do publicznej wiadomości wyników przedwyborczych badań opinii publicznej i wyników sondaży wyborczych przeprowadzonych w dniu głosowania [*exit polls* – *M.M.-K.*]”⁵². Uzasadnieniem tej regulacji jest to, że wyniki sondaży są jednym z mocniej oddziałujących bodźców na postawy wyborcze niezdecydowanych obywateli. Ta właśnie grupa uprawnionych do głosowania – jak się wydaje, powiększająca się w Polsce – powinna dysponować czasem na spokojne (bez wpływu agitacji i sondaży) podjęcie decyzji wyborczej, tymczasem jest ona coraz częściej przedmiotem sondażowej manipulacji. Zdaniem F. Rymarza, „krótki okres obowiązywania tego zakazu [publikowania sondaży – *M.M.-K.*] korzystny jest dla komitetów wyborczych przewodzących w sondażach, gdyż sondaż oddziałuje na niezdecydowanych obywateli, którzy nie chcąc utraty siły własnego głosu, oddają go na komitet wyborczy mający szansę zwycięstwa”⁵³. Dodać w tym miejscu należy, że na wyniki sondaży bezpośredni wpływ ma m.in. przebieg kampanii wyborczej. W związku z tym, że kampania w różnym czasie jej trwania „przybiera różne tempo”, wyniki tych szczególnych badań

⁵¹ *Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy*, art. 108 ust. 1–3.

⁵² F. Rymarz, *Sondaże przedwyborcze a tzw. „demokracja sondażowa”*, 12.05.2012, Obserwator Konstytucyjny, <http://www.obserwatorkonstytucyjny.pl/debaty/sondaze-przedwyborcze-a-tzw-demokracja-sondazowa/>, 1.12.2012.

⁵³ Tamże.

opinii publicznej nie dają pełnego obrazu sytuacji na scenie politycznej, a czasem mogą nawet wprowadzać w błąd (spirala milczenia⁵⁴). Potwierdzeniem tego mogą być często pojawiające się po kolejnych wyborach w Polsce opinie, według których „sondaże jak zwykle się pomyliły”. Oczywiście jest, że zwykle najgłośniejsze zdania takie wygłaszali politycy partii, dla których poparcie w sondażach było mocno zaniżone. „Pojawiały się nawet inicjatywy, by powołać specjalną komisję śledczą do wyjaśnienia pomyłek sondażowych, ustanowić wysokie kary dla firm, które się mylą, lub w ogóle zakazać takich badań przed wyborami”⁵⁵. Z racji wpływu sondaży na ostateczny wynik wyborów, w Kodeksie wyborczym przewidziano sankcję za łamanie zakazu w czasie ciszy wyborczej: kto złamie powyższy zakaz, podlega grzywnie od 500 tys. do 1 mln zł⁵⁶. Warto dodać, że podczas prac parlamentarnych proponowano, by zakaz publikacji sondaży przedwyborczych rozpoczął się już na 12 dni przed wyborami. Wnioski te zostały jednak odrzucone, ponieważ byłyby one niezgodne z art. 54 ust. 1 Konstytucji RP, według którego „Każdemu zapewnia się wolność wyrażania swoich poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji”⁵⁷. W kontekście sondaży interesujący jest także fakt, że przepisy Ordynacji wyborczej do Sejmu z 1991 r. wprowadzały zakaz podawania do publicznej informacji wyników sondaży przedwyborczych na siedem dni poprzedzających dzień wyborów. Podobny zapis (rozciągnięty w czasie do 12 dni) znalazł się w ordynacji z 1993 r.⁵⁸

Czy „milczenie jest złotem” dla internautów? – wybory parlamentarne 2011 r.

Internet jest specyficznym medium, które charakteryzuje się tym, że praktycznie każda osoba mająca dostęp do sieci może ingerować w treści umieszczane na stronach WWW w dowolnym czasie i z dowol-

⁵⁴ „Zjawisko polegające na wycofywaniu się ludzi z publicznego wyrażania własnych opinii w sprawach społeczno-politycznych w sytuacji, w której w społeczeństwie dominuje (albo ludziom tak się wydaje) pogląd przeciwny”; B. Michalak, A. Sokala, *Leksykon prawa...*, s. 129.

⁵⁵ J. Stróżyk, *Tym razem sondaże się nie pomyliły*, 11.10.2011, Rzeczpospolita.pl, <http://www.rp.pl/artukul/731432.html>, 1.12.2012.

⁵⁶ *Ustawa z dnia 12 kwietnia 2001 r. – Ordynacja wyborcza do Sejmu...*, art. 219; *Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy*, art. 500.

⁵⁷ *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej...*, art. 54 ust. 1.

⁵⁸ J. Majchrowski, *Ordynacje wyborcze do Sejmu w procesie krystalizacji systemu partyjnego w Polsce*, „*Studia Iuridica*” 1998, nr XXXVI, s. 187.

nego miejsca. Ponadto, treści umieszczone w internecie są dostępne dla internautów permanentnie, a informacja umieszczona w wirtualnej sieci pojawia się tam praktycznie natychmiast (nie tak, jak w telewizji, radio czy prasie – po jakimś określonym czasie w serwisie informacyjnym czy w kolejnym wydaniu dziennika). Po opublikowaniu jakiegoś tekstu, pozostaje on na stronach WWW zwykle przez długi czas, a internauci mogą w każdej chwili do niego dotrzeć i go przeczytać. Dodatkowo, tekst ten jest dostępny w tym samym czasie dla nieskończonej dużej liczby użytkowników internetu, przebywających w różnych miejscach całego globu. Ta specyfika internetu przyczynia się do tego, że narzędzie to jest coraz częściej stosowane jako platforma komunikacji w kampanii wyborczej, a także poza nią. Poszczególni kandydaci i partie polityczne zdają sobie sprawę z ogromnych możliwości internetu w procesie pozyskiwania kapitału wyborczego. Wyborcy z kolei coraz powszechniej wykorzystują strony WWW do udzielania poparcia komitetom wyborczym i kandydatom, a także do wyrażania opinii na temat ugrupowań – zarówno popieranym przez siebie, jak i tych, którym są przeciwni. O ile promowanie kandydatów czy komitetów wyborczych na antenie telewizyjnej, radiowej czy w prasie (a także za pośrednictwem tzw. bezpośredniej kampanii wyborczej, czyli np. na spotkaniach z wyborcami, wiecach i konwencjach wyborczych) odbywa się w czasie do tego prawnie przeznaczonym – wyłącznie podczas kampanii wyborczej (zapewne poza drobnymi incydentami), to akcje internetowe zachęcające do głosowania na jakiegoś kandydata czy partię polityczną mają miejsce nie tylko w czasie trwania kampanii wyborczej, ale i – co wynika ze specyfiki funkcjonowania internetu – w czasie objętym ciszą wyborczą. Internet, w przeciwieństwie do telewizji czy radia, daje wyborcom możliwość stałego dostępu do reklamy politycznej i materiałów wyborczych umiejscowionych na stronach WWW. Dotarcie do tych materiałów jest o tyle ułatwione, że na różnego rodzaju portalach internetowych często znajdują się specjalne działy tematyczne dotyczące kampanii wyborczej, na których oprócz informacji o poszczególnych komitetach i kandydatach umieszczone są materiały wyborcze, główne założenie programowe, ostatnie sondaże przedwyborcze itd. Internauci w czasie trwania ciszy wyborczej mogą również wejść na oficjalne strony internetowe poszczególnych kandydatów czy partii politycznych, gdzie zwykle w zakładce multimedia mogą obejrzeć (nieemitowane już w telewizji) spoty wyborcze, przeczytać teksty o charakterze agitacyjnym, zobaczyć – zwykle optymistyczne dla kandydata – wyniki sondaży przedwyborczych. Należy też zauważyć, że przekaz na tych stronach internetowych jest zazwyczaj bardzo jednostronny

(zachęcający do oddania głosu na partię polityczną czy kandydatów tej partii).

Ponadto zdarza się, że niektóre reklamy wyborcze nie są „zdejmowane” z głównych stron jakichś portali, przez co wpływ na wyborcę może być o wiele większy. Wiadomo również, że chcąc dotrzeć do informacji o charakterze agitacyjnym, internauta musi się niejako „wysilić” (wejść na stronę partii, polityka), by znaleźć tam tego typu wpisy. Nie zmienia to jednak faktu, że te informacje są stale dostępne, a nawet łatwo dostępne dla użytkowników sieci.

Wszystko to sprawia, że wyborca – mimo że kampania wyborcza już nie trwa – stale poddany jest działaniom agitacyjnym (może więc sugerować się informacjami, które uzyskał w internecie).

O wiele istotniejszy z punktu widzenia rozważań nad ciszą wyborczą jest fakt, że internet to taka przestrzeń, gdzie permanentnie na czatach czy forach internetowych prowadzone są dyskusje, których przedmiotem mogą być różne kwestie – również wyborcze. Również różnego rodzaju media społecznościowe mogą być – i jak się okazuje, czasami są – miejscem agitacji wyborczej. Podobnie rzecz ma się z komentarzami wpisywanymi pod postami na blogach politycznych. Jeśli właściciele (administratorzy) blogów nie zablokują możliwości komentowania wpisów w okresie ciszy wyborczej, wówczas zdarzyć się może, że ich blogi będą miejscem, gdzie łamana jest cisza wyborcza.

W związku z powyższymi uwagami, rodzi się pytanie o zasadność funkcjonowania ciszy wyborczej w internecie. Pytanie to wydaje się jeszcze istotniejsze, jeśli uwzględni się fakt, że podczas gdy trwa cisza wyborcza w Polsce, na polskojęzycznych stronach WWW ulokowanych na zagranicznych serwerach może być prowadzona agitacja wyborcza, a na zagranicznych portalach informacyjnych mogą być podawane wyniki sondaży wyborczych (co może mieć wpływ na decyzje wyborcze Polaków głosujących poza granicami państwa). Mimo że działania takie nie są przejawami łamania (a jedynie omijania) ciszy wyborczej⁵⁹, stanowią one jedynie przykłady możliwości wpływania informacji wyborczych na postawy elektoratu.

Wydaje się, że w dobie internetu zachowanie ciszy wyborczej jest niemożliwe, a w każdym razie na pewno bardzo trudne. W związku z coraz większą dostępnością internetu oczywiste jest, że wyborcy – kiedy tylko wyrażą na to chęć, będą mogli swobodnie znaleźć informacje, które nie powinny być publikowane w czasie trwania ciszy wyborczej. Celem

⁵⁹ Ta bowiem dotyczy wyłącznie terytorium danego państwa.

ciszy jest bowiem umożliwienie wyborcy spokojnego podjęcia decyzji co do oferty wyborczej, a decyzja ta nie powinna być obciążona wpływem jakichkolwiek publikacji o treściach wyborczych. Warto zatem zwrócić uwagę na przypadki omijania ciszy wyborczej na stronach internetowych.

Stosowanie przepisów dotyczących ciszy wyborczej w nowych mediach, szczególnie w internecie, napotyka duże trudności. Przyczynia się do tego zapewne fakt, że dynamiczny rozwój ICT stwarza innowacyjne, nieznane i niestosowane wcześniej możliwości i metody oddziaływania na wyborców. Jeśli chodzi o internet, to bez wątplenia stwierdzić można, że narzędzie to stwarza pole do nadużyć w zakresie przestrzegania ciszy wyborczej, bowiem „przesyłane i wymieniane przezeń – bez względu na różnice czasowe i granice państwowe – informacje i wypowiedzi niełatwo jest poddać globalnej, kompleksowej kontroli organów państwowych; na nic zdać się mogą dyrektywy dążące do przestrzegania ciszy wyborczej”⁶⁰.

Warto w tym miejscu odnotować, że w Kodeksie wyborczym nie ma konkretnego przepisu, który mówiłby o ciszy wyborczej w szeroko rozumianych nowych mediach. Należy jednak w tym miejscu zauważyć, że zakaz agitacji wyborczej oraz publikowania sondaży dotyczy wszelkiego rodzaju mediów, także tych internetowych, które są traktowane jak prasa⁶¹. Ponadto, nie można pominąć faktu, że w jednym z wyjaśnień z 2010 r. Państwowa Komisja Wyborcza podała wytyczne co do zachowania ciszy. Wytyczne te dotyczyły zakazu agitacji m.in. w internecie; „Zakaz prowadzenia kampanii wyborczej w okresie tzw. ciszy wyborczej obejmuje również wszelką aktywność w Internecie. Oznacza to, że informacje mające nawet charakter agitacyjny umieszczone w Internecie do godz. 24.00 dnia 18 czerwca 2010 r. [do momentu zakończenia kampanii wyborczej – M.M.-K.] mogą w nim pozostać. W czasie ciszy wyborczej w Internecie można zamieszczać wyłącznie informacje niemające charakteru agitacji na rzecz kandydatów”⁶².

Mimo obowiązywania zakazu prowadzenia agitacji wyborczej w internecie, w sieci znaleźć można wiele przykładów naruszania ciszy wyborczej. W niniejszej części przedstawione zostaną wybrane próby łamania

⁶⁰ G. Kryszewski, *Standardy prawne...*, s. 186.

⁶¹ *Cisza wyborcza na portalu Emito.net*, 7.10.2011, Emito.net Polski Portal w Wielkiej Brytanii, http://www.emito.net/wiadomosci/wielka_brytania/cisza_wyborcza_na_portalu_emito_net_1031720.html, 15.11.2011.

⁶² *Wyjaśnienia Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 18 czerwca 2010 r. w sprawie tzw. ciszy wyborczej*, Państwowa Komisja Wyborcza, <http://pkw.gov.pl/wyjasnienia-informacje-i-pisma-okolne-pkw-22827/wyjasnienia-panstwowej-komisji-wyborczej-z-dnia-18-czerwca-2010-r-w-sprawie-tzw-ciszy-wyborczej.html>, 15.11.2011.

zakazu agitacji, które dokonywane były przed wyborami parlamentarnymi w Polsce w 2011 r.

Jeśli chodzi o łamanie ciszy wyborczej, to zwrócić należy uwagę na nadużycia dwu portali informacyjnych. Pierwszym tego typu nadużyciem było opublikowanie na stronie „Tygodnika Ostrołęckiego” w trakcie wyborów sondażu wyborczego⁶³. Drugim przykładem może być kontrolerskie zachowanie portalu Onet.pl, który lansował wpisy blogerów nawołujące do głosowania na konkretne komitety wyborcze. Całą sprawę nagłośnił bloger Jarek Kefirek⁶⁴.

Przykładem prób omijania lub łamania ciszy wyborczej jest umieszczanie postów i komentarzy pod postami na blogach – głównie politycznych. Politycy w wielu państwach świata coraz częściej doceniają to narzędzie komunikacji z wyborcami i wykorzystują swoje blogi do dzielenia się poglądami i komentowania bieżących wydarzeń politycznych. Wielu z nich wyraża swoje zdanie na temat kampanii wyborczych, sondaży przedwyborczych czy samych wyborów.

Wydaje się, że również polscy politycy zdają sobie sprawę z tych możliwości dotarcia do wyborców, które daje internet. Niektórym z przedstawicieli klasy politycznej zdarza się komentować na swoich blogach np. sens obowiązywania ciszy wyborczej. Za przykład posłużyć tu może blog – europośła z ramienia PiS – Ryszarda Czarneckiego, który w dniu wyborów parlamentarnych, 9 października 2011 r., umieścił na swoim blogu wpis zatytułowany *Cisza wyborcza – czysty pure nonsense*. Treść tego wpisu była następująca: „Ponieważ mamy ciszę wyborczą, więc ani mru-mru o wyborach. Zamiast tego polecam swój artykuł o ... absurdzie istnienia ciszy wyborczej, który ukazał się w ostatnim numerze tygodnika «Gazeta Polska». Można nabyć go w kioskach i empikach także podczas ciszy wyborczej, choć zawiera zarówno reklamy kandydatów do Sejmu RP, jak i wywiady z kandydatami i artykuły jednoznacznie polityczno-wyborcze. Co zresztą pokazuje absurdalność obowiązywania ciszy wyborczej”⁶⁵. Oczywiście nie jest to naruszenie ciszy wyborczej, jednak należy zauważyć, że opinia Czarneckiego popiera tezę o wątpliwościach, jakie budzi obowiązywanie ciszy wyborczej nie tylko w nowych, ale również tradycyjnych mediach.

⁶³ *Prokuratora sprawdza czy w Internecie złamano ciszę wyborczą*, 10.10.2011, <http://www.press.pl/newsy/internet/pokaz/27178,Prokuratora-sprawdza-czy-w-Internecie-zlamano-cisze-wyborcza>, 8.12.2012; za: D. Batorski, M. Nagraba, J.M. Zajac, J. Zbieranek, *Internet w kampanii wyborczej 2011*, Warszawa 2012, s. 31.

⁶⁴ D. Batorski, M. Nagraba, J.M. Zajac, J. Zbieranek, *Internet...*, s. 31.

⁶⁵ *Cisza wyborcza – czysty pure nonsense*, 9.10.2011, Blog Ryszarda Czarneckiego, <http://ryszardczarnecki.blog.onet.pl/>, 5.11.2011.

O ile sami politycy zdają się zachowywać bardzo ostrożnie podczas ciszy wyborczej i raczej nie umieszczają na swoich stronach WWW czy na blogach wpisów łamiących zakaz agitacji, to internauci już nie trzymają się tej zasady. Na blogu Leszka Millera, pod wpisem pt. *Mniej niż zero* (z 16 września 2011 r.) w okresie trwania ciszy wyborczej umieszczono komentarze, które ewidentnie łamały ciszę wyborczą. Na przykład internauta o nicku „m komuch” 8 października (w sobotę przedwyborczą) o godzinie 12.42 umieścił następujący komentarz: „Chociaż jest cisza wyborcza, ale komuchów ona nie obowiązuje. Głosować tylko na SLD”. Tego samego dnia „Polak” próbował zdyskredytować polityków związanych z PO, pisząc: „Twarz Platformy Obywatelskiej = Kluzik Rostkowska i Donald Tusk. Czy kupilibyście używane auto od takich ludzi????????? Każdy normalny człowiek nie będzie głosował na moralnych wsioków – volksdeutschów...”⁶⁶.

W dniu 8 października na blogu Marka Migalskiego z PJN i Janusza Piechocińskiego z PSL internauta podający się za „Wysłannika” pisał: „chronić nas Boże przed PO, PiSem i innym katoPOLaczkowatym badziejem – i POsłanie ślę – POLaku bądź mądry PO szkodzie i stawiaj krzyżyki na eseldowskim narodzie – LISTA NR 3”⁶⁷, a także: „PSL niech odejdzie na wieczność – POLacy głosujcie na SLD – LISTA NR 3”⁶⁸.

Co ciekawe, mimo że właściciele blogów mają możliwość zablokowania funkcji umieszczania komentarzy, często – co widać w przywołanych przykładach – tego nie czynią. Odnosząc się do egzekwowania sankcji za łamanie ciszy w ten sposób, należy uzmysłowić sobie fakt, że ograniczoną liczbę osób jest względnie łatwo złapać na gorącym uczynku (np. poprzez identyfikację numeru IP komputerów), ale gdyby setki lub tysiące osób w ten sposób łamały ciszę wyborczą, to prawdopodobnie pociągnięcie tych osób do odpowiedzialności byłoby niezmiernie trudnym i długotrwałym przedsięwzięciem. Sprawę zapewne mógłby komplikować fakt korzystania przez wielu z nich z tzw. kawiarenek internetowych. Wówczas zidentyfikowanie tych ludzi byłoby o wiele bardziej skomplikowane (wręcz niemożliwe).

⁶⁶ Komentarze pod postem: *Mniej niż zero*, 16.10.2011, Leszek Miller. Oficjalny blog polityczny, <http://leszek-miller.blog.onet.pl/5219167,435826994,1,200,200,89631350,435826994,6596546,650,forum.html>, 5.11.2011. Na potrzeby niniejszego tekstu z cytowanych komentarzy usunięto wszelkie błędy ortograficzne, interpunkcyjne.

⁶⁷ Komentarze pod postem: *Hymn PJN! Będziemy czarnym koniem tych wyborów!*, 7.10.2011, blog Marka Migalskiego, <http://migalski.blog.onet.pl/Hymn-PJN-Bedziemy-czarnym-koniem,2,ID437242827,n>, 5.11.2011.

⁶⁸ Komentarze pod postem: *Koniec...*, 7.10.2011, blog Janusza Piechocińskiego *Polityka i infrastruktura*, <http://piechocinski.blog.onet.pl/1,DA2011-10-07,index.html>, 5.11.2011.

Cisza wyborcza obowiązuje również w stosunku do użytkowników forów internetowych czy osób korzystających z czatów i komunikatorów internetowych, np. gadu-gadu czy skype. O ile wirtualne rozmowy w gronie znajomych nie są łamaniem ciszy wyborczej, to już przesyłanie informacji do szerszych grup internautów należy uznać za łamanie zakazu agitowania. W tym przypadku zidentyfikowanie i pociągnięcie do odpowiedzialności dużej grupy osób – podobnie jak w przypadku komentatorów blogów – sprawiłoby wiele trudności i byłoby zapewne działaniem bardzo czasochłonnym.

Cisza wyborcza obowiązuje wyłącznie na terenie Polski. Zakaz agitacji wyborczej dotyczy również polskich stron internetowych (stron, których właścicielami są obywatele RP lub polskie firmy, oraz portali internetowych założonych na polskich serwerach). Problem jednak pojawia się w przypadku respektowania ciszy wyborczej na stronach internetowych umieszczonych na zagranicznych serwerach. Teoretycznie możliwe jest zamieszczanie na nich treści agitacyjnych, jednak – jak zaznacza Krzysztof Lorenc z Krajowego Biura Wyborczego w Warszawie – gdy „portal [zagraniczny – M.M.-K.] czytany jest w Polsce, to cisza wyborcza też w tym przypadku obowiązuje”⁶⁹. Stanowisko to potwierdza rzecznik prasowy Ambasady Polskiej w Londynie, Robert Szaniawski: „Polska cisza wyborcza w Internecie obowiązuje także na Wyspach”⁷⁰.

Cisza nie obowiązuje jednak mediów zagranicznych. Skoro tak, to należy zauważyć, że Polacy przebywający za granicą i zamierzający uczestniczyć w wyborach, są narażeni w czasie polskiej ciszy wyborczej na to, iż nie będą mieć spokoju potrzebnego do podjęcia decyzji wyborczych. Przez cały czas bowiem mogą otrzymywać informacje (zagranicznych portali internetowych) na temat sondaży przedwyborczych oraz przewidywanych wyników wyborów w Polsce⁷¹. Można w tym miejscu przywołać stronę Euronews – International News, gdzie 8 października o godzinie 16.44 pojawił się tekst zatytułowany *Polish voters get a pre-election campaign break*, podający wyniki sondaży przedwyborczych, ale też wyjaśniający istotę ciszy wyborczej⁷², a w dniu głosowania pojawiły się dwa artykuły, które informowały, że sondaże przedwyborcze lub badania

⁶⁹ Cisza wyborcza na portalu Emito...

⁷⁰ Tamże.

⁷¹ Takie informacje o trwających wyborach pojawiają się praktycznie w każdym serwisie informacyjnym w mediach zagranicznych.

⁷² *Polish voters get a pre-election campaign break*, 8.10.2011, Euronews – International News, <http://www.euronews.net/2011/10/08/polish-voters-get-a-pre-election-campaign-break/>, 22.11.2011.

exit polls przemawiają na korzyść PO, sugerując przy tym zwycięstwo tego ugrupowania⁷³. Dodatkowo, na stronach internetowych niemieckiego dziennika informacyjnego tagesschau.de⁷⁴ 9 października o godzinie 00.07 opublikowano tekst pt. *Premier Tusk rechnet sich gute Chancen aus*, w którym sugerowano dziesięcioprocentową przewagę PO nad PiS⁷⁵.

Biorąc to wszystko pod uwagę, istotne wydaje się pytanie o celowość i sens ciszy wyborczej, skoro nie może ona być do końca zagwarantowana. Każdy z wymienionych wcześniej przykładów wskazuje na to, że potencjalny wyborca przebywający w Polsce i za granicą (i posiadający dostęp do internetu) stale narażony jest na sugerowanie się tym, co przeczyta w sieci po formalnym zakończeniu kampanii wyborczej. Nie może być zatem mowy o czasie ciszy, który ma służyć refleksji i zastanowieniu się, na kogo oddać głos w wyborach.

Warto w tym kontekście zwrócić uwagę na przykłady łamania ciszy wyborczej zaczerpnięte z aktywności użytkowników tzw. mediów społecznościowych (*social media*). Użytkownicy tych serwisów korzystają z nich w dogodnym czasie, „w różnych porach dnia i tygodnia, stąd też utrzymanie ciszy wyborczej może być w tym środowisku szczególnie trudne⁷⁶. Przed wyborami większość najważniejszych portali instruowała internautów o tym, czego nie wolno robić w czasie ciszy wyborczej, jednak niektórzy użytkownicy internetu te informacje ignorowali. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na tzw. *fanpage* Ruchu Poparcia Palikota umieszczony na Facebooku. Administratorzy tego *fanpage*'u w trakcie trwania ciszy wyborczej – 9 października 2011 r. – opublikowali wpis, którego celem było zachęcenie użytkowników Facebooka do „polubienia” zdjęcia z logo komitetu wyborczego RPP, sugerując dużą liczbę fanów komitetu. Takie działanie można uznać za propagowanie komitetu⁷⁷. Na Facebooku można było znaleźć także pojedyncze wyrazy poparcia publikowane przez fanów – np. wpis Ryszarda Kalisza o treści „Mój głos już Pan ma ;-)” z 9 paź-

⁷³ *Poland votes in parliamentary election*, 9.10.2011, Euronews – International News, <http://www.euronews.net/2011/10/09/voting-begins-in-poland-s-general-election/>, 22.11.2011; *Tusk heading for Polish general election win*, 9.10.2011, Euronews – International News, <http://www.euronews.net/2011/10/09/polish-voters-choose-between-tusk-and-kaczynski/>, 22.11.2011.

⁷⁴ Tagesschau – niemieckojęzyczny dziennik informacyjny ARD emitowany głównie w programach Das Erste, Phoenix i 3sat.

⁷⁵ *Premier Tusk rechnet sich gute Chancen aus*, 9.10.2011, Tagesschau.de, <http://www.tagesschau.de/ausland/polen402.html>, 24.11.2011.

⁷⁶ J.M. Zając, D. Batorski (red.), *Kampania w sieci*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2011, s. 69.

⁷⁷ D. Batorski, M. Nagraba, J.M. Zając, J. Zbieranek, *Internet...*, s. 31.

dziennika z godziny 15.23⁷⁸, które też należałoby uznać za działania niezgodne z zasadami ciszy wyborczej, zawierające sugestie dla wyborców.

Wydaje się, że w serwisie Twitter łamanie ciszy wyborczej przybrało inny charakter. Próbowano tam upubliczniać informację o wynikach sondaży przeprowadzanych w trakcie głosowania (*exit poll* i sondaż Homo Homini). Internauci wymyślili nowy sposób, polegający na ukryciu wyników sondaży pod postacią nazw składników w przepisie na pączki lub pod kodem warzywnym. W internecie można było znaleźć następujące treści: „Najnowszy przepis na pączki to: mąka 33 dag, cukier 31 dag, jaja 7 szt., masło 11 dag, mleko wiejskie 8 ml”, gdzie jaja oznaczały Ruch Palikota, a wiejskie mleko – PSL⁷⁹. Użytkownicy Twittera wymieniali się również informacjami o wynikach sondaży OBOP, szyfrując je w postaci cen za kg warzyw: „Na bazarku OBOk pory po 32.70 zł, papryka 29.60, pomidory 12.90, sałata 9.30, wieprzowina 8.90 a konina 3.60 zł. Jak dla mnie nadal za pikantne”⁸⁰. Jak pisał Wojciech Wybranowski, „w dniu wyborów [...] Internet zdominowały kulinaria. Głównie warzywne. «Po śniadaniu jadłem paprykę. Bo kto zaczyna dzień od POra?» – pisał jeden z internautów. Papryka to symbol PiS w tej kampanii. Inny proponował: «Zapraszam na niedzielę. Śniadanie: Pieczywko i Serek. Obiad: Pularda i Stek. Deser: Piwo i Słone paluszki. Kolacja: Polenty i Sardynki»”⁸¹. Warto dodać, że tego typu publikacje pochodziły zarówno od osób prywatnych, jak i polityków czy dziennikarzy⁸².

Jeśli chodzi o polityków, to trzeba powiedzieć, że – mimo iż wprost nie agitują – zdarza im się przypominać o swojej kandydaturze. Wielu z nich na swych profilach umieszcza informacje o sposobie spędzania weekendu lub o ważnych wizytach, do których dochodzi w okresie ciszy wyborczej⁸³. Oczywiście nie jest to łamanie ciszy, a raczej sprytny sposób zwrócenia na siebie uwagi.

⁷⁸ Tamże, s. 30.

⁷⁹ M. Jędrzyk, *Kod warzywny, czyli cisza wyborcza w Internecie*, 9.10.2011, Gazeta.pl, http://wyborcza.pl/1,76842,10439476,Kod_warzywny__czyli_cisza_wyborcza_w_internecie.html, 24.11.2011.

⁸⁰ „POry po 32 zł, a PIStacje po 30”, czyli jak na Twitterze omija się ciszę wyborczą, 9.10.2011, Deser.pl, http://deser.pl/deser/1,111858,10438623,_POry_po_32_zl_a_PIStacje_po_30__czyli_jak_na_Twitterze.html, 22.11.2011; *Zarty z ciszy wyborczej w internecie: ziemniaki po 32 zeta...*, 10.10.2011, Gazeta.pl, <http://www.tokfm.pl/Tokfm/2029020,117303,10440644.html>, 13.10.2011.

⁸¹ W. Wybranowski, *Zakupy na bazarku, czyli jak internauci komentowali przecieki*, 10.10.2011, Rp.pl, <http://www.rp.pl/artykul/730402.html>, 23.11.2011.

⁸² D. Batorski, M. Nagraba, J.M. Zając, J. Zbieranek, *Internet...*, s. 31.

⁸³ J.M. Zając, D. Batorski (red.), *Kampania w sieci*, s. 71–72.

Powyższe rozważania prowadzą do sformułowania wniosku, że media społecznościowe, ze względu na brak kontroli instytucjonalnej nad prowadzonymi tam działaniami, mogą być miejscem, w którym łamanie ciszy wyborczej stanie się częstą praktyką. Wydaje się, że tego typu media, wraz ze zwiększaniem się dostępu do nich, będą odgrywały coraz większą rolę w tym zakresie. Warto również zauważyć, że „mieszany, prywatno-publiczny charakter przestrzeni mediów społecznościowych utrudnia ocenę, na ile indywidualne zachowania użytkowników można zakwalifikować jako naruszenie ciszy wyborczej”⁸⁴.

Podsumowanie

W dobie dynamicznego rozwoju nowych technologii – szczególnie internetu – nie budzi żadnych wątpliwości fakt, że w dzisiejszych czasach praktycznie każdy użytkownik sieci miał styczność z różnymi formami agitacji politycznej: oglądając reklamy polityczne na stronach wielu portali, otrzymując maile, będące zachętą do głosowania na partię polityczną, czy wreszcie uczestnicząc w dyskusjach na forach, czatach internetowych czy na portalach społecznościowych. Internet jako narzędzie agitacji politycznej jest wykorzystywany nie tylko przez polityków (w celach informowania elektoratu i komunikowania się z nim), ale także przez samych wyborców, którzy za pośrednictwem sieci wyrażają swoje poparcie lub dezaprobatę dla klasy politycznej. Co więcej, praktyki te mają miejsce nie tylko w czasie samej kampanii lub poza nią, ale także w okresie ciszy przedwyborczej. Nie ulega wątpliwości, że „informacje podawane przez Internet, z wyłączeniem komunikacji indywidualnej [...], są – w rozumieniu prawa – «informacjami podawanymi do publicznej wiadomości»”⁸⁵.

Przedstawione w niniejszym tekście przykłady potwierdzają opinię o tym, że coraz trudniej jest mówić o szansach zachowania ciszy wyborczej w internecie. Internet bowiem ze względu na swój szczególny charakter jest medium nie do opanowania. Trudno mu narzucić tradycyjne reguły prowadzenia kampanii wyborczej, czego dowodem jest fakt, że w trakcie obowiązywania ciszy wyborczej – nie bacząc na ograniczenia prawne – prowadzi się agitację w internecie (choć o wiele mniej intensywnie niż w czasie kampanii).

⁸⁴ Tamże.

⁸⁵ J. Barta, M. Markiewicz, *Internet a prawo*, Kraków 1998, s. 38.

Podsumowując, należy zaznaczyć, że zagadnienie ciszy wyborczej może być jednym z tych problemów, które w najbliższych latach będą wymagały doprecyzowania i dostosowania do obowiązujących realiów. Rozwój technologii informacyjnych i komunikacyjnych niesie ze sobą wiele korzyści, ale przede wszystkim wyzwania, przed jakimi będą musieli stanąć ustawodawcy nie tylko z Polski, ale także z innych państw, w których przyjęto instytucję ciszy wyborczej. Ciszę wyborczą bowiem zwłaszcza w internecie trudno jest utrzymać, a zakazu agitacji w zasadzie nie daje się wyegzekwować. Przytoczone w niniejszym tekście przykłady omijania bądź łamania zakazu agitacji wyborczej są tego ewidentnym potwierdzeniem.

STRESZCZENIE

Cisza wyborcza to określony prawem czas, w trakcie którego zabronione są jakiegokolwiek formy agitacji wyborczej, zmierzające do promowania określonego kandydata, listy kandydatów lub komitetu wyborczego biorącego udział w wyborach. Celem ciszy wyborczej jest stworzenie wyborcom właściwych, wolnych od agitacji warunków do spokojnego przemyślenia i podjęcia decyzji wyborczych. W związku z wieloma przykładami naruszenia ciszy wyborczej na różnych stronach WWW, pojawiło się wiele wątpliwości co do możliwości jej zagwarantowania w internecie. Celem rozważań podjętych w niniejszym tekście jest udzielenie odpowiedzi na pytanie o zasadność stosowania ciszy wyborczej w internecie. W tekście posłużono się przykładami naruszenia ciszy wyborczej przed wyborami parlamentarnymi w Polsce w 2011 r.

Magdalena Musiał-Karg

THE ELECTION SILENCE ON THE INTERNET – THE CASE OF THE POLISH PARLIAMENTARY ELECTIONS OF 2011

The election silence is a special time provided by law during which any form of electioneering, aiming to promote a particular candidate, a list of candidates or electoral committees is prohibited. The purpose of election silence is to give voters a peaceful, free from political agitation, conditions to consider and make final decision on elections. Due to the numerous examples of violations of election silence on various websites, there appeared many doubts as to the guarantee of the silence on the internet. The aim of this article is to answer the question about the

legitimacy of the election silence on the internet. The examples of violations of election silence are taken from the 2011 parliamentary elections in Poland.

KEY WORDS: *election silence, internet, agitation, parliamentary elections 2011*

Bibliografia

- D. Batorski, M. Nagraba, J.M. Zając, J. Zbieranek, *Internet w kampanii wyborczej 2011*, Warszawa 2012.
- M. Chmaj, W. Skrzydło, *System wyborczy w Rzeczypospolitej Polskiej. 4 Wydanie*, Warszawa 2011.
- G. Kryszeń, *Standardy prawne wolnych wyborów parlamentarnych*, Białystok 2007.
- W. Skrzydło (red.), *Polskie prawo konstytucyjne*, Lublin 2008.
- A. Żukowski, *System wyborczy do Sejmu i Senatu RP*, Warszawa 2004.

CHARLES R. KESLER

*I am the Change. Barack Obama and the Crisis of Liberalism*Broadside Books
New York 2012, 276 s.

(Leszek Nowak)

RECENZJE

Barack Obama jest postacią wzbudzającą skrajnie odmienne emocje. W stosunkowo krótkim czasie z mało znanego senatora-debiutanta stał się politykiem porównywanym do mesjasza. Fascynacja jego osobą przypomina niekiedy religijne uniesienie. Z drugiej strony, widzimy ogromną niechęć, jaką wzbudza Obama. Przeciwnicy oskarżają go o najrozmaitsze rzeczy: o bycie socjalistą, muzułmaninem, wytworem kontrkultury albo murzyńskiego radykalizmu. Znany konserwatywny publicysta Dinesh D'Souza twierdzi nawet, że u podstaw myślenia Obamy tkwi ideologia antykolonialna, której zwolennikiem był jego ojciec. Elementem wspólnym tych wszystkich głosów jest przeświadczenie, że Barack Obama ukrywa swoje prawdziwe poglądy – stąd możliwe są tak różne i rozbieżne interpretacje.

Książka Charles'a Keslera *I'm the Change* prezentuje zupełnie inną metodę analizy. Kesler proponuje, aby wziąć słowa Obamy poważnie i postarać się go zrozumieć tak, jak on rozumie sam siebie. Wielu komentatorów traktuje przemówienia publiczne prezydenta USA jako element PR, Kesler natomiast uważa, że należy je odczytać jako wyraz autentycznych poglądów Obamy. Wysoko ocenia jego intelekt i sądzi, że jego ambicje są ogromne. Książka jest próbą zrozumienia Obamy i jego krytyką.

Dla zrozumienia stanowiska Keslera warto kilka słów poświęcić jego osobie. Jest on profesorem nauk politycznych w Claremont McCenna College w Kalifornii i wydawcą „Claremont Review of Books” – niewątpliwie jednego z najbardziej wyrafinowanych intelektualnie czasopism poświę-