

Spis treści

Wprowadzenie	9
STUDIA I ANALIZY	
Jan Garlicki	
Dynamika kultury politycznej i partycypacji politycznej internautów w Polsce	15
Daniel Mider	
Cyberentuzjaści, cybermaruderzy czy cybermalkontenci? Badanie postaw polskich internautów wobec zastosowań Internetu w polityce	41
Agnieszka Bejma, Przemysław Wesołowski	
Analiza przejawów kultury politycznej Platformy Obywatelskiej podczas parlamentarnej kampanii wyborczej prowadzonej w Internecie w 2011 roku	81
Bartłomiej Biskup	
Poziom internetowej kultury politycznej Prawa i Sprawiedliwości podczas kampanii parlamentarnej w 2011 roku	109
Tomasz Godlewski	
Rekonstrukcja modelu kultury politycznej Ruchu Palikota w Internecie w kampanii parlamentarnej 2011 roku	132
Daniel Mider, Aneta Marcinkowska	
Polskie Stronnictwo Ludowe – ewaluacja internetowej kultury politycznej podczas kampanii parlamentarnej w 2011 roku	145
Adrianna Chibowska, Jan Garlicki, Daniel Mider	
Sojusz Lewicy Demokratycznej – ewaluacja internetowej kultury politycznej podczas kampanii parlamentarnej w 2011 roku	193
Tomasz Godlewski	
Rekonstrukcja modelu kultury politycznej partii Polska Jest Najważniejsza w Internecie w kampanii parlamentarnej 2011 roku	232

Aneta Marcinkowska, Daniel Mider	
Polityczna topografia Internetu. Zastosowanie analizy sieciowej do badań polskich partii politycznych w kampanii parlamentarnej w 2011 roku	246
ANEKSY	
Aneks I. Badanie kultury politycznej elit w Internecie	
– nota metodologiczna (Daniel Mider)	319
Aneks II. Dobór i charakterystyka próby badawczej (Aneta Marcinkowska)	331
RECENZJE	
Jan Błuszkowski, Daniel Mider, <i>Demokracja późnej nowoczesności</i> (Aneta Marcinkowska)	335
Piotr Gawrysiak, <i>Cyfrowa rewolucja. Rozwój cywilizacji informacyjnej</i> (Daniel Mider)	337
Paul D. Williams (ed.), <i>Security Studies. An introduction</i> (Bartosz Skłodowski)	345
Jakub Żurawski, <i>Internet jako współczesny środek elektronicznej komunikacji wyborczej i jego zastosowanie w polskich kampaniach parlamentarnych</i> (Marek Garlicki)	349
Autorzy	353

Contents

Introduction	9
STUDIES AND ANALYSES	
Jan Garlicki	
Dynamics of the political culture and participation of the Internet users in Poland	15
Daniel Mider	
Cyberenthusiasts, cybermarauders or cybermalkontents? Research on attitudes of Polish Internauts to the use of the Internet in politics	41
Agnieszka Bejma, Przemysław Wesołowski	
Analysis of the Internet political culture of the Civic Platform (Platforma Obywatelska) during the parliamentary elections campaign in 2011	81
Bartłomiej Biskup	
Level of the Internet political culture of the Law and Justice party (Prawo i Sprawiedliwość) during the 2011 parliamentary elections campaign	109
Tomasz Godlewski	
Reconstruction model of the political culture of the Palikot's Movement of Support (Ruch Palikota) on the Internet in the parliamentary elections campaign in 2011	132
Daniel Mider, Aneta Marcinkowska	
Evaluation of the Internet political culture of the Polish Peasant Party (Polskie Stronnictwo Ludowe) during the parliamentary elections campaign in 2011	145
Adrianna Chibowska, Jan Garlicki, Daniel Mider	
Evaluation of the Internet political culture of the Democratic Left Alliance (Sojusz Lewicy Demokratycznej) during the 2011 parliamentary elections campaign	193

Tomasz Godlewski

- Reconstruction model of the political culture of the Poland
Comes First party (Polska Jest Najważniejsza) on the Internet
in the parliamentary elections campaign in 2011 232

Aneta Marcinkowska, Daniel Mider

- Political topography of the Internet. Network analysis
of the activities of Polish political parties
during the 2011 parliamentary elections campaign 246

APPENDICES

- Anex I. Research on the Internet political culture of elites
– methodological note (Daniel Mider) 319
- Anex II. Sample selection and respondents' characteristics
(Aneta Marcinkowska) 331

REVIEWS

- Jan Błuszkowski, Daniel Mider, *Demokracja późnej nowoczesności*
(**Aneta Marcinkowska**) 335
- Piotr Gawrysiak, *Cyfrowa rewolucja. Rozwój cywilizacji informacyjnej*
(**Daniel Mider**) 337
- Paul D. Williams (ed.), *Security Studies. An introduction*
(**Bartosz Skłodowski**) 345
- Jakub Żurawski, *Internet jako współczesny środek elektronicznej
komunikacji wyborczej i jego zastosowanie w polskich kampaniach
parlamentarnych* (**Marek Garlicki**) 349
- Authors 353

Wprowadzenie

W niniejszym tomie „Studiów Politologicznych” zamieszczono monograficzne studium kultury politycznej polskich elit politycznych i obywateli w Internecie w okresie wyborów parlamentarnych 2011 roku. Kompleksowe badanie kultury politycznej w Internecie, wielostronne i wyczerpujące rozpoznanie tego zjawiska ma kluczowe znaczenie dla rozwoju i funkcjonowania współczesnych demokracji w warunkach powszechnego włączania tego medium w proces polityczny. Internet od początku swego powstania budził przeciwstawne uczucia badaczy zjawisk politycznych: z jednej strony – mocne nadzieje, z drugiej – głębokie obawy odnośnie kształtu, jaki demokracje mogą przybierać pod jego wpływem. W literaturze przedmiotu odnajdujemy liczne optymistyczne nurty: od umiarkowanych do utopijnych. Umiarkowani optymiści żywią silne przekonanie, że Internet może rewitalizować i rozwijać kulturę polityczną demokratycznego uczestnictwa poprzez wzmocnienie i zintensyfikowanie zaangażowania w politykę grup już w niej działających i – do pewnego, ograniczonego stopnia – wciągnięcie do uczestnictwa nowych grup nieuczestniczących dotychczas w niej w szerokim zakresie. Nurt ten nazywany jest *technorealizmem*¹. Z kolei radykalni optymiści oczekują, że poprzez Internet dokonana zostanie redefinicja relacji pomiędzy władzą a obywatelami, co w efekcie doprowadzi do zarzucenia form demokracji przedstawicielskiej na rzecz nowych, bezpośrednich i oddolnych jej form. Na określenie tego nurtu posługujemy się określeniem scenariusza Panglossa. Powstanie i rozwój Internetu spowodowały pojawienie się, oprócz optymistycznych, również pesymistycznych scenariuszy dotyczących jego oddziaływania na demokratyczną kulturę polityczną. Wskazuje się przede wszystkim na niebezpieczeństwo możliwego zubożenia kultury politycznej i atrofii partycypacji politycznej – zaniku demokratycznych

¹ A.G. Wilhelm, *Democracy in the Digital Age. Challenges to Political Life in Cyberspace*, Nowy Jork–Londyn 2000, s. 14–23.

instytucji wskutek zniechęcenia się obywateli do uczestnictwa w polityce. Wielu badaczy uznaje, że taka degradacja kultury politycznej może być wywołana przez media, zwłaszcza przez Internet. Taki sposób myślenia o negatywnym wpływie mediów na zaangażowanie obywatelskie nosi w literaturze przedmiotu nazwę *videomalaise*². Pojęcie to oznacza taki wpływ mediów, który sprowadza obywatela do roli biernego konsumenta informacji, przedkładającego wiedzę o ciekawych i przyjemnych wydarzeniach nad wiedzę o wydarzeniach ważnych³. Po drugie, przewiduje się niebezpieczeństwo wprowadzenia totalitarnej kontroli nad społeczeństwem, co może być spowodowane połączeniem rozwoju Internetu z rozwojem technik nadzoru i rejestracji danych. Taki właśnie sposób myślenia o wzajemnych relacjach nowych technologii i demokracji został nazwany przez Benjamin R. Barbera scenariuszem Pandory⁴.

Badanie złożonego zjawiska kultury politycznej w Internecie nie jest przedsięwzięciem łatwym. Przede wszystkim wymaga uwzględnienia faktu, że Internet stanowi wirtualne środowisko komunikacji i działania o ontologicznych parametrach odmiennych od realnej przestrzeni fizycznej, w której dotąd rozgrywały się i kształtowały się procesy polityczne.

Złożoność problemu badawczego podyktowała wybór metod badawczych – sięgnięto do klasyki badań społecznych, a mianowicie badań etnograficznych i obserwacyjnych, stworzonych przez antropologów amerykańskich pod koniec wieku XIX i na początku XX wieku. O wyborze tych metod zadecydował fakt, że powstały one, by odkrywać wzorce kultury społeczeństw pierwotnych – a więc tego, co dla badacza było kulturowo odmienne, obce, niezrozumiałe i nieznanne. Metody te stały się od tego czasu powszechnym instrumentarium nie tylko na polu antropologii, ale również innych dyscyplin nauk społecznych: socjologii, psychologii społecznej, komunikacji, reklamy i marketingu. Metody te – jak się wydaje – są doskonale dopasowane do badań Internetu i kultury politycznej, a więc do tego, co trudne do zrozumienia ze względu na swą nowość. Badacze społeczni szybko spostrzegli przydatność tych klasycznych metod do obserwacyjnej, opisowej, ewaluacyjnej analizy

² Pojęcie to zostało wprowadzone do naukowego dyskursu przez: M. Robinson, *Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of "the Selling of the President"*, „*American Political Science Review*” 1976, Nr 70 (3), s. 409–432.

³ K. Arceneaux, M. Johanson, *Channel Surfing: Does Choice Reduce Videomalaise?*, <http://www.princeton.edu/~csdp/events/pdfs/ArceneauxCM.pdf>, dostęp: sierpień 2012, s. 5.

⁴ B.R. Barber, *Three Scenarios for the Future Technology and Strong Democracy*, „*Political Science Quarterly*” 1998–1999, Nr 113 (4), s. 581–582.

kulturowych przekazów Internetu. Nowa zmodyfikowana metoda ostatecznie w literaturze przedmiotu otrzymała nazwę netnografia za sprawą jej twórcy i popularyzatora Roberta V. Kozinetsa. Kluczowymi technikami netnografii (podobnie jak etnografii, z której się wywodzi) są obserwacja i uczestnictwo. Metody wspomagające stanowią: wywiady o różnym stopniu standaryzacji, statystyczne dane, wtórne i archiwalne zbiory danych, analiza przypadków historycznych, pochodzące z psychologii techniki projekcyjne, analiza semiotyczna i inne. Niniejsza monografia stanowi próbę przeniesienia tej metody na grunt politologii.

Badania realizowane przez zespół badaczy z Instytutu Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego prowadzone były w ramach projektu badawczego *Formy i treść ekspresji kultury politycznej Polaków w Internecie w kampaniach wyborczych 2010 i 2011 roku* finansowanego ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (projekt badawczy: N N 116 280338) .

W projekcie skupiono się na głównych, zbiorowych aktorach polskiej sceny politycznej – partiach politycznych, które zdobyły mandaty w wyborach parlamentarnych 2011 roku. Były to: Platforma Obywatelska, Prawo i Sprawiedliwość, Ruch Palikota, Polskie Stronnictwo Ludowe, Sojusz Lewicy Demokratycznej oraz Polska Jest Najważniejsza. Analiz dokonali członkowie zespołu badawczego utworzonego przez Zakład Socjologii i Psychologii Polityki Instytutu Nauk Politycznych UW: Agnieszka Bejma, Adrianna Chibowska, Bartłomiej Biskup, Jan Garlicki, Tomasz Godlewski, Aneta Marcinkowska, Daniel Mider oraz Przemysław Wesołowski. Ewaluacji i analizie poddano przejawy aktywności tych podmiotów w trzech następujących wymiarach: merytorycznym, komunikacyjno-społecznym oraz technicznym. W wymiarze merytorycznym analizowano i oceniano prezentowane treści programowe, ideologiczne i doktrynalne, w szczególności takie aspekty, jak rodzaj i liczba poruszanych zagadnień, sposób ich przedstawiania oraz używane typy argumentacji. Wymiar komunikacyjno-społeczny stanowił najistotniejszy element kultury politycznej oraz najważniejszą zmienną marketingu wyborczego. W ramach tego wymiaru zbadano typy i rodzaj argumentacji stosowanej przez partie, ich postawy wobec elektoratu oraz innych uczestników gry wyborczej, spójność przekazu oraz oceniono jego formę. Z kolei w wymiarze technicznym zbadano liczbę i rodzaj wykorzystywanych w toku kampanii wyborczej kanałów przekazu. Poddano ocenie poprawność techniczną tworzonych przekazów oraz umiejętność ich pozycjonowania, a także kompetencje w zakresie wykorzystania Internetu. Analizy dokonano w podziale na poszczególne kanały Sieci 1.0 i Sieci 2.0. Efektem podjętych analiz stały się prezento-

wane kompletne monografie przejawów kultury politycznej poszczególnych partii politycznych.

Powyższe analizy zostały uzupełnione i pogłębione za pomocą danych zebranych metodami ilościowymi i jakościowymi. Badanie ilościowe zatytułowane *Kultura polityczna polskich internautów* zostało przeprowadzone metodą CAWI (*Computer Assisted Web Interviews*), co w dosłownym tłumaczeniu oznacza wywiady internetowe ze wspomaganie komputerowym. Pomiar został zrealizowany w dniach od 27 września do 5 października 2011 roku, czyli w trakcie kampanii wyborów parlamentarnych w Polsce, na próbie ogólnopolskiej liczącej 757 dorosłych respondentów indywidualnych. Rekrutacji respondentów do badania dokonywano przy pomocy mailingu w portalu Wirtualna Polska (*wp.pl*) oraz panelu internetowego *inetpanel.pl*. Analizę danych zebranych opisanymi metodami podjęto i zaprezentowano w artykule J. Garlickiego zatytułowanym *Dynamika kultury politycznej i partycypacji politycznej internautów w Polsce* oraz w artykule Daniela Midera *Cyberentuzjaści, cybermaruderzy czy cybermalkontenci? Badanie postaw polskich internautów wobec zastosowań Internetu w polityce*. Z kolei badanie jakościowe *Kultura polityczna polskich elit w Internecie* przeprowadzono metodą tekstowych wirtualnych zogniskowanych wywiadów grupowych (*Virtual Focus Group Interviews – VFGI*), które zostały przeprowadzone w dwóch trybach – synchronicznym (a więc w dyskusji, podczas której wszyscy jej uczestnicy są obecni w jednym czasie) i asynchronicznym (gdy odpowiedzi mogą być udzielane w czasie dogodnym dla każdego z uczestników). Do realizacji wywiadu synchronicznego wykorzystano internetowy czat tekstowy, umożliwiający dyskusję w czasie rzeczywistym wszystkich uczestników badania. Z kolei wywiad asynchroniczny odbył się za pomocą forum dyskusyjnego. Uczestnikami badania byli polscy dziennikarze internetowi, blogerzy i komentatorzy polityczni. Na przełomie 2011 i 2012 roku przeprowadzono łącznie trzy wirtualne wywiady zogniskowane.

Przy zastosowaniu badań empirycznych skonstruowano i zastosowano autorski, pionierski model badań topografii stron internetowych polskich partii. Badania przeprowadzono z wykorzystaniem narzędzi analizy sieciowej – procedury badawczej polegającej na identyfikowaniu tematycznie i logicznie połączonych zbiorów stron internetowych, mającej charakter ilościowy, wykorzystującej metody statystyki opisowej. Do badań posłużył dedykowany program zapewniający systematyczność i standaryzację gromadzenia danych – INPSpider (pierwszy człon nazwy to skrót jednostki, w której pracują badacze – Instytutu Nauk Politycznych), którego twórcą jest pracownik Katedry Informatyki Uniwersytetu Ekonomicznego

w Katowicach Artur Strzelecki, pomysłodawcą zaś merytorycznym projektu – D. Mider. Przeprowadzone analizy zaprezentowano w artykule autorstwa A. Marcinkowskiej i D. Midera zatytułowanym *Polityczna topografia Internetu. Zastosowanie analizy sieciowej do badań polskich partii politycznych w kampanii parlamentarnej w 2011 roku*.

Jan Garlicki, Daniel Mider