



Modele konkurencji partii politycznych

Models of competition between political parties

Łukasz Wielgosz*

Abstrakt

Rywalizacja polityczna to wielowymiarowe zjawisko, dlatego też często stanowi ona przedmiot badań politologów, którzy poddają analizie jej wybrane obszary. Badacze, którzy chcą zmierzyć się z tym zagadnieniem, muszą jasno określić, jakie płaszczyzny konkurencji chcą badać, oraz sprecyzować, czy badają indywidualny, czy też zbiorowy wymiar rywalizacji. Dopiero po ustaleniu podstawowych założeń można rozważyć dobór narzędzi badawczych do poszczególnych prac. Pojedyncze zagadnienia dotyczące rywalizacji politycznej były wielokrotnie eksplorowane przez różnych badaczy, toteż nie brakuje narzędzi badawczych, które umożliwią rozwiązanie wielu problemów badawczych. Problem pojawia się w odniesieniu do prowadzenia całościowej analizy modeli rywalizacji politycznej występujących w poszczególnych państwach.

Aby dokonać kompleksowej analizy konkurencyjności partii politycznych (w systemach zarówno rywalizacyjnych, jak i nierywalizacyjnych), należy sięgnąć

Abstract

Political rivalry is a multi-faceted phenomenon, which is why it is often the subject of research by political scientist, who carry out the analysis of its selected areas. The researchers who want to tackle this issue must clearly define which areas of the rivalry they want to explore, and specify whether they are dealing with the individual or collective dimension of the competition. It is only after having determined the basic assumptions that the selection of research tools for individual works may be considered. Individual issues related to political rivalry have been repeatedly explored by various researchers, hence there is no shortage of research tools that make it possible to solve many research problems. The problem arises with regard to performing a comprehensive analysis of the models of political rivalry occurring in individual countries. In order to make a comprehensive analysis of the competitiveness of political parties (in both competitive and non-competitive systems), a more complex research tool, namely the competition model of political

* doktorant (lukaswielgosz@gmail.com).

po bardziej złożone narzędzie badawcze, mianowicie model konkurencji partii politycznych. Pozwala on na dokonanie nie tylko charakterystyki poszczególnych elementów systemu partyjnego, ale również określenie sposobów konkurowania partii między sobą. Za pomocą modeli konkurencji można przeanalizować międzypartyjną rywalizację na poziomie nie tylko wyborczym, parlamentarnym i gabinetowym, ale również komunikacyjnym.

Słowa kluczowe: monopol partyjny, trust partyjny, oligopol partyjny

parties, should be used. Not only does it allow describing the characteristics of individual elements of the party system, but it also allows specifying the ways political parties compete with each other. By means of competition models, it is possible to analyse cross-party rivalry not only at the electoral, parliamentary and cabinet plane, but also at the communication one.

Key words: party monopoly, party trust, party oligopoly

Wprowadzenie

Stając przed zadaniem dokonania całościowego opisu zjawiska zbiorowej rywalizacji politycznej na poziomie wyborczym, parlamentarnym i gabinetowym, ale również komunikacyjnym w poszczególnych krajach, należy rozważyć, jakie narzędzia badawcze będą w tym wypadku użyteczne. Można nabrać przekonania, że na przestrzeni lat wypracowano wiele metod i technik badawczych, dzięki którym można przeanalizować wybrane obszary rywalizacji. Problem pojawia się wtedy, gdy chcemy dokonać całościowej charakterystyki tejże konkurencji. Pojęcie ustroju politycznego zawęża problem do analiz instytucji politycznych, a podział reżimów na demokratyczne, autorytarne i totalitarne wydaje się nie oddawać pełni kontrastu między poszczególnymi przypadkami. Rywalizacja międzypartyjna jest ważnym, ale nie jedynym elementem systemu politycznego. Tak więc chcąc opisać zjawisko rywalizacji między grupami o władzę, należy sięgnąć po termin „rywalizacja polityczna”.

Problem badawczy sformułowano wokół pytania: Czy możliwe jest wyróżnienie modeli konkurencji partii politycznych na podstawie czynników i schematów powtarzających się w poszczególnych krajach? Aby odpowiedzieć na postawione pytanie badawcze, należy określić, na jakich płaszczyznach odbywa się rywalizacja międzypartyjna oraz sprecyzować, czym jest konkurencyjność partii politycznych. Postawionemu problemowi badawczemu towarzyszy hipoteza pomocnicza zakładająca, iż poziom rywalizacji politycznej jest stopniowalny. Będzie on zależał od tego, czy nowe ugrupowania mają szansę zaistnieć w poszczególnych systemach, czy walka między partiami jest równorzędna, czy występuje podział na partie „uprzywilejowane” i „dyskryminowane”/„wykluczone” (jeśli tak, to co do tego doprowadziło i jakie to ma konsekwencje dla partii) oraz jakie skutki taki stan będzie miał dla nowych podmiotów.

Rywalizacja polityczna i jej poziomy

Punktem wyjścia do analizy różnych typów rywalizacji międzypartyjnej powinna być definicja rywalizacji politycznej nakierowująca szczególną uwagę na jej zbiorowy wymiar. Jedno z takich ujęć opracował Andrzej Antoszewski, który określił rywalizację polityczną jako ogół strategii i zachowań kooperacyjnych partii politycznych, zmierzających do uzyskania najbardziej korzystnej pozycji w momencie przystąpienia do tworzenia rządu. Najpełniej te działania widać podczas kampanii wyborczych, ale również między innymi w czasie debat parlamentarnych lub w procesie tworzenia i utrzymania gabinetu¹. Według badacza rywalizacyjny system partyjny „jest efektem ukształtowania się swoistej przestrzeni komunikacyjnej, w ramach której odbywają się dialog i swoista wymiana dóbr politycznych pomiędzy konkurującymi partiami a wyborcami. Wymianą tą rządzą, podobnie jak rynkiem ekonomicznym, określone prawidłowości, których sformułowanie może być przydatne zarówno przy prognozowaniu wyniku wyborów, jak i projektowaniu strategii politycznych przyjmowanych przez partie”².

Takie podejście do rywalizacji politycznej odnosi się do co najmniej dwóch różnych zagadnień. Po pierwsze, badacz zwraca uwagę na podobieństwo rywalizacji partyjnej z rywalizacją rynkową. Przebieg konkurencji mają wyznaczać pewne prawidłowości. Po drugie, zauważa on, że rywalizacja międzypartyjna odbywa się również w „przestrzeni komunikacyjnej”. Oba zagadnienia otwierają pole do dyskusji nad poziomami rywalizacji politycznej.

Antoszewski wskazuje trzy poziomy badań nad rywalizacją polityczną. Pierwszy z nich to arena wyborcza, czyli miejsce, gdzie konkretne partie, przedstawiając swój program, walczą o głosy wyborców. Rywalizacja wyborcza dokonuje się na tzw. rynku wyborczym — można bowiem uznać, iż w czasie wyborów odbywają się transakcje pomiędzy dostawcami dóbr politycznych (partie, kandydaci) a ich konsumentami (wyborcami). Drugim obszarem jest rywalizacja na poziomie parlamentarnym. To powyborcze przedłużenie rywalizacji wyborczej w postaci rywalizacji już w parlamencie. Trzecim obszarem rywalizacji jest poziom gabinetowy, czyli proces tworzenia i funkcjonowanie rządów i koalicji³.

Rynek wyborczy (polityczny) porównywany jest często do relacji producentów (partie i ich liderzy) i konsumentów dóbr (wyborcy). Miejscem, w którym następuje wymiana dóbr, są wybory. Antoszewski, w nawiązaniu do słów Petera Maira, sugeruje, że samo istnienie rynku wyborczego oznacza, „że żadna partia nie ma zagwarantowanej pozycji wyborczej, bowiem w każdej chwili mogą

¹ A. ANTOSZEWSKI: *Wzorce rywalizacji politycznej we współczesnych demokracjach europejskich*. Wrocław 2004, s. 16.

² Ibidem, s. 10.

³ Ibidem, s. 17—27.

pojawić się nowi uczestnicy rywalizacji, zdolni do przejęcia części elektoratu”⁴. „Rynek jest otwarty, gdy wyborcy są skłonni do »przebiegania« w różnych ofertach, a ich preferencje zmieniają się od elekcji do elekcji”, natomiast „rynek zamknięty oznacza niewielką szansę dla nowych ofert politycznych”⁵.

Oprócz trzech wspomnianych poziomów rywalizacji istnieją również inne obszary konkurencji partii. Rafał Matyja zwraca szczególną uwagę na rywalizację na płaszczyźnie komunikacyjnej. Partie i poszczególni działacze mogą wpływać na określanie przedmiotu debaty publicznej (*agenda setting*)⁶. Ugrupowania mogą wpływać na funkcjonowanie mediów poprzez na przykład wprowadzenie cenzury, ustanowienie organów sprawujących nadzór nad radiofonią i telewizją lub też poprzez prowadzenie własnych mediów⁷.

Czy rynek partii politycznych jest wolny?

Nawiązując do porównania konkurencji wyborczej do konkurencji rynkowej, należy się zastanowić, czy rynek partii politycznych jest tak samo wolny, jak rynek dóbr w krajach demokratycznych. To pluralizm polityczny (osiągnięty poprzez m.in. konstytucyjnie zagwarantowaną wolność słowa, wolność do zrzeszania się obywateli, wolność tworzenia i działania partii politycznych) bądź jego brak będzie o tym przesądzać. Wspomniane wartości stwarzają warunki do wolnego konkurowania idei, poglądów i interesów politycznych. Od tych zasad pojawiają się małe wyjątki, jak na przykład zakaz funkcjonowania partii odwołujących się w swoich programach do totalitarnych metod i praktyk działania nazizmu, faszystów lub komunizmu.

W niektórych demokracjach do legalnego funkcjonowania partii politycznej nie wystarczy samo zgłoszenie działalności we właściwym organie prowadzącym ewidencję partii politycznych (model ewidencyjny). Należy bowiem taką organizację zarejestrować. Po przedstawieniu odpowiednich dokumentów organ rejestrujący, jeśli zostaną spełnione wszystkie wymogi prawne, czyni z takiego zrzeszenia partię polityczną (model rejestracyjny)⁸.

⁴ A. ANTOSZEWSKI: *Rynek wyborczy*. W: *Encyklopedia politologii. Partie i systemy partyjne*. T. 3. Red. A. ANTOSZEWSKI, R. HERBUT. Zakamycze 1999, s. 226—227.

⁵ A. ANTOSZEWSKI: *Rynek*. W: *Leksykon politologii wraz z Aneksom o: reformie samorządowej, wyborach do sejmu, prezydenckich oraz gabinetach rządowych*. Red. A. ANTOSZEWSKI, R. HERBUT. Wrocław 2004, s. 394—395.

⁶ R. MATYJA: *Rywalizacja polityczna w Polsce*. Kraków—Rzeszów 2013, s. 13.

⁷ *Ibidem*, s. 133—150.

⁸ W. WOJTASIK: *System partyjny i partie polityczne w modelu ustrojowym III RP*. W: R. GLAJCAR, J. OKRZESIK, W. WOJTASIK: *Ustrój polityczny RP. Wprowadzenie*. Bielsko-Biała 2006, s. 52—53.

Na rynku doskonale konkurencyjnym każde przedsiębiorstwo dąży do maksymalizacji zysku przez osiągnięcie jak największej atrakcyjności dla konsumenta (odpowiednią cenę, dostępność produktu i jego ilość). Zwiększać zyski można również poprzez skuteczną reklamę. Dla partii politycznych najważniejszym zasobem oraz wartością, jaką mogą konkurować z innymi podmiotami, będzie społeczne poparcie. Zysk polityczny mierzony jest liczbą zdobytych głosów oraz poszerzającym się gronem sympatyków, którzy w badaniach sondażowych wybierają konkretną partię.

Aby rynek był doskonale konkurencyjny, musi spełniać cztery podstawowe warunki:

- 1) rozproszenie po stronie zarówno popytu, jak i podaży — na rynku musi być wielu kupujących i sprzedających, a ponadto żaden z nich nie może być na tyle wielkim, silnym podmiotem, by wpływać na cenę; cena musi bowiem stanowić wynik swobodnej gry popytu i podaży, przez nikogo niezmanipulowanej;
- 2) dobra i usługi na rynku muszą być jednorodne; wszystkie dobra znajdujące się na rynku muszą być homogeniczne;
- 3) rynek musi być transparentny, a wszyscy jego uczestnicy muszą mieć dostęp do pełnej informacji dotyczącej danego dobra;
- 4) na rynku doskonale konkurencyjnym nie występują bariery wejścia na rynek⁹.

Czy zatem rynek polityczny w krajach demokratycznych jest prawdziwie wolny? Warto dokonać analizy tego problemu, korzystając z przedstawionych uprzednio kryteriów.

Na pierwszy rzut oka po stronie wyborców (popyt) istnieje faktyczne rozproszenie. Każdy obywatel posiadający czynne prawo wyborcze dysponuje możliwością oddania takiej samej liczby głosów. W krajach demokratycznych wybory spełniają zasadę równości przynajmniej w formalnym wymiarze. Przyglądając się jednak bliżej samym wyborcom, należy zauważyć, że jednostki wchodzące w skład społeczeństwa często tworzą formalne i nieformalne grupy. Nie należy mieć złudzeń, że każdy z głosujących podejmuje decyzje wyborcze w sposób autonomiczny. Często wyborcy kierują się opinią na przykład rodziny czy znajomych. Już na tym etapie można zauważyć pewną koncentrację. Idąc tym tropem dalej, nietrudno spostrzec, że pewną formą koncentracji po stronie wyborców są na przykład środowiska zawodowe, związki zawodowe, stowarzyszenia lub grupy religijne. Każdy obywatel należy do jakiejś grupy społecznej, która wpływa na jego decyzje (w tym wyborcze). Z takiego stanu rzeczy zdają sobie sprawę przywódcy partyjni. Partie kierują swoją ofertę do różnego rodzaju grup społecznych lub segmentów elektoratu, czyli do skoncentrowanej grupy odbiorców.

⁹ A. JABŁOŃSKA: *Rynek, popyt, podaż*. W: *Podstawy ekonomii*. Red. R. MILEWSKI, E. KWIATKOWSKI. Warszawa 2006, s. 40.

Rozproszenie po stronie partii politycznych (podaży) należy rozpatrywać wraz z problemem możliwości skutecznego wejścia na rynek nowych partii. Aby skutecznie ubiegać się o władzę, partia bądź komitet wyborczy musi być w stanie zarejestrować listy wyborcze. Dla wielu małych partii jest to organizacyjne wyzwanie, trudne do wykonania. W efekcie do wyborów na poziomie ogólnokrajowym staje tylko część z wszystkich zarejestrowanych partii. Kolejnym problemem jest „finansowe *fair play*”. Aby prowadzić skuteczną kampanię wyborczą, partie polityczne muszą posiadać znaczące zasoby pieniędzy. W tym aspekcie podział na słabych (małych) i silnych (dużych) graczy jest najbardziej widoczny. Problem nierównej rywalizacji między starymi a nowymi partiami może pogłębić system finansowania z budżetu państwa tych partii, które przekroczyły określony ustawowo pułap wyborczy. Taki system faworyzuje silnych i dyskryminuje przede wszystkim nowe inicjatywy polityczne, które jeszcze nie startowały w żadnych wyborach.

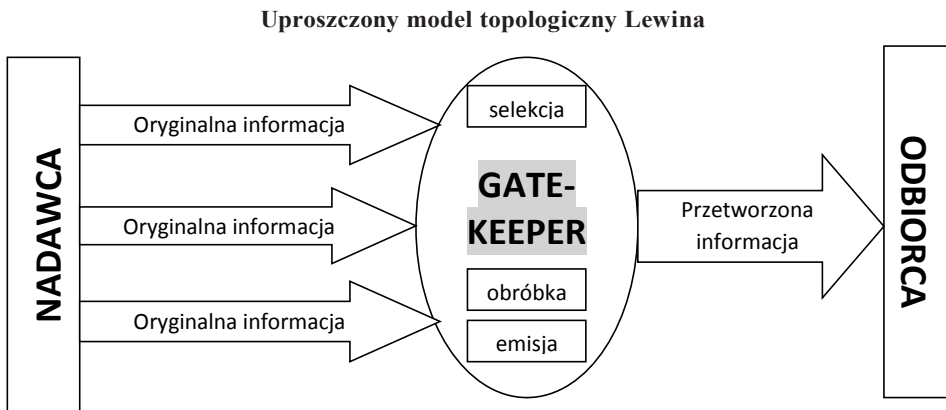
Warto również podać w wątpliwość transparentność rynku partii politycznych. Większość wyborców nie dysponuje pełną informacją na temat działalności organizacji politycznych. Obywatel często nie otrzymuje informacji o procesach decyzyjnych zachodzących wewnątrz partii. Jeśli otrzymuje informację dotyczącą wydarzeń politycznych, to nie jest to informacja pełna. Proces podejmowania decyzji w partiach politycznych często bywa owiany tajemnicą, a informacjami na temat kluczowych decyzji dysponują tylko elity partyjne.

Brak pełnej informacji pochodzącej od samych członków partii politycznej to tylko niewielka część problemu transparentności rynku partii politycznych. Skutkiem procesu mediatyzacji polityki jest dominacja mediów nad polityką na polu informowania społeczeństwa na temat wydarzeń politycznych. Kurt Lewin, który przez wiele lat badał proces przepływu informacji w procesie komunikowania, doszedł do wniosku, że ten proces jest nierównomierny, a jednocześnie kompleksowy. Twierdził, że informacja zanim dotrze do użytkownika mediów, napotyka wiele zapor, które nazwał bramami (*gates*). Każda brama kontrolowana jest przez „bramkarza” (*gate-keeper*), czyli jednostkę bądź instytucję zajmującą się informowaniem społeczeństwa. Lewin obarczył *gate-keeperów* odpowiedzialnością za treść i formę komunikatów medialnych. *Gate-keeperzy* zajmują się selekcją informacji napływających do mediów — to oni decydują o tym, co znajdzie się w agendzie dnia, a co zostanie pominięte bądź przemilczane. Po dokonaniu selekcji *gate-keeperzy* zajmują się obróbką informacji (skrócenie, rozszerzenie lub zmodyfikowanie, ale również umieszczenie informacji w odpowiednim kontekście oraz uzupełnienie ich o komentarze i opinie). Lewin do selekcyjnerów informacji zaliczył właścicieli organizacji medialnych, redaktorów naczelnych, wydawców itd. W tym modelu dziennikarz posiada ogromną władzę nad ukazywaniem rzeczywistości¹⁰.

¹⁰ B. DOBEK-OSTROWSKA: *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław 1999, s. 90.

Selekcjonowanie informacji przez dziennikarzy to kolejne poważne zakwestionowanie idei doskonałej informacji uczestników rynku partii politycznych. Kolejnym argumentem obalającym to założenie powinien być model dwustopniowego przepływu informacji opracowany przez Paula Lazarsfelda i Elihu Katza. Opiera się on na założeniu, że jednostki korzystające z mediów nie są zatomizowane i wyizolowane ze społeczeństwa, lecz tworzą różnego rodzaju grupy. W każdej z grup znajdzie się osoba, która korzysta z mediów w znacznie większym stopniu niż pozostali członkowie. Taka jednostka może odgrywać rolę przywódcy opinii — osoby, która filtruje przekazy trafiające do pozostałych członków społeczności¹¹ (*de facto*, pełni on również funkcję gate-keepera).

Schemat 1



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: B. DOBEK-OSTROWSKA: *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław 1999, s. 90.

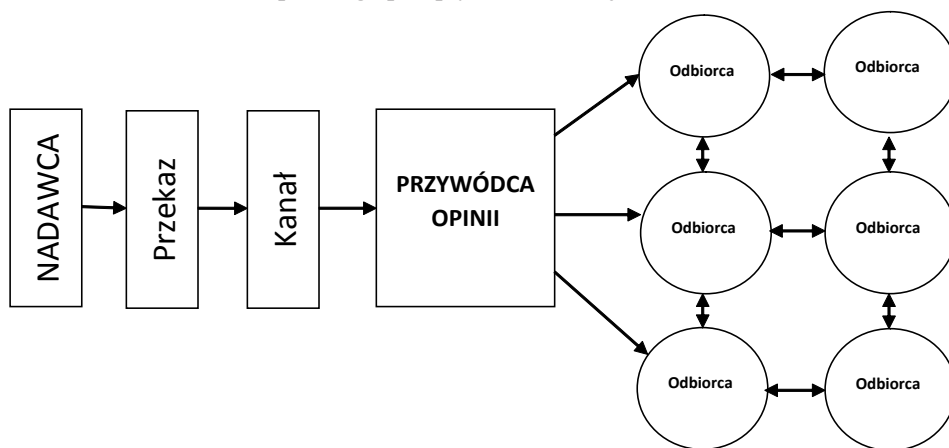
Można założyć, że przywódcą opinii nie musi być koniecznie osoba, która komunikuje się w sposób bezpośredni z odbiorcą, na przykład członek rodziny, grupy rówieśniczej, charyzmatyczna osoba z kręgu znajomych lub współpracowników. Przywódcą opinii może być również publicysta, który na łamach prasy komentuje wydarzenia polityczne. Będzie on wykorzystywał swoją pozycję do filtrowania informacji oraz jej twórczej obróbki, a potem poprzez media przekaże ją dalej społeczeństwu. Odbiorca może więc pozyskać informacje z trzech źródeł: od nadawcy komunikatu, od przywódcy opinii lub od innego odbiorcy.

Przedstawione uprzednio argumenty świadczą o tym, iż obywatel państwa demokratycznego ma co najmniej utrudniony dostęp do pełnej informacji. Często może być „karmiony” twórczo obrobioną informacją, a w najgorszym wypadku media mogą przemilczeć dane wydarzenie związane z działalnością partii politycznej.

¹¹ Ibidem.

Schemat 2

Model dwustopniowego przepływu informacji Lazarsfelda i Katza



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: B. DOBEK-OSTROWSKA: *Podstawy komunikowania...*, s. 92.

Idąc dalej tym tropem, można zastanowić się jeszcze nad problemem upartyjnienia mediów, jednak byłyby to rozważania bardzo szerokie i odbiegające od zasadniczego tematu artykułu. Dlatego też należy ograniczyć analizę tego problemu (jakości systemów medialnych) tylko do zasygnalizowania najważniejszych kwestii.

Jak słusznie twierdzą Daniel Hallin i Paolo Mancini, „żaden poważny analityk mediów nie pokusiłby się o stwierdzenie, że istnieje takie miejsce na ziemi, gdzie dziennikarstwo jest naprawdę neutralne”¹². Wynika to z faktu, iż nawet przy zachowaniu dużej dozy dobrej woli i determinacji w dążeniu do neutralności takie czynniki, jak proces gromadzenia informacji, rekrutacja do redakcji dziennikarskich oraz opinie podzielane przez większość społeczeństwa, skutecznie negują pełną neutralność informacji. Świat mediów nie jest totalnie oderwany od świata polityki. Przenikanie się tych dwóch światów oraz powiązania pomiędzy mediami a aktorami politycznymi to fakty, na które nie da się zamknąć oczu. Hallin i Mancini w swojej przełomowej pracy *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym* ostatecznie kończą z tą wielką fikcją. Wspomniani badacze skonstruowali trzy modele systemów medialnych, dzięki którym można skutecznie opisać i charakteryzować systemy medialne poszczególnych krajów. Pytanie o to, czy media są w pełni niezależne od polityki, doczekało się ostatecznej, negatywnej odpowiedzi. Hallin i Mancini badali więc, w jakim stopniu światy mediów i polityki oddziałują na siebie. Stopień, w jakim struktura systemu medialnego wykazuje podobieństwo do struktury systemu politycznego, określono mianem paralelizmu politycznego.

¹² D.C. HALLIN, P. MANCINI: *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*. Przeł. M. LOREK. Kraków 2007, s. 26.

Na paralelizm polityczny składa się wiele różnych czynników. Hallin i Mancini wymieniają najbardziej istotne determinanty wpływające na stopień tego zjawiska. Są to:

- 1) zawartość mediów — czyli „zakres, w jakim odrębne orientacje polityczne znajdują odzwierciedlenie w informacjach i relacjach na temat bieżących wydarzeń”¹³;
- 2) połączenia organizacyjne między mediami a partiami politycznymi lub innymi organizacjami (np. związki zawodowe czy Kościoły) — z jednej strony wpływ tychże podmiotów na działalność mediów (finansowanie, pomoc w dystrybucji i inne formy pomocy), z drugiej strony — realizacja przez media celów wspominanych podmiotów;
- 3) skłonność pracowników mediów do podejmowania aktywności w sferze politycznej (w tym również wpływ orientacji politycznej dziennikarzy na kształtowanie się ich zawodowej kariery);
- 4) stronniczość odbiorców mediów — korzystanie przez określone grupy odbiorców z określonych mediów;
- 5) role i praktyki dziennikarskie — czyli model dziennikarstwa nastawiony na informację bądź na komentarz¹⁴.

Hallin i Mancini zwracają szczególną uwagę również na „sposób odzwierciedlenia w mediach różnorodności afiliacji i orientacji politycznych”¹⁵. W tym celu rozbito pojęcie pluralizmu na model zewnętrzny i wewnętrzny. Pluralizm zewnętrzny można określić jako pluralizm osiągniany na poziomie całego systemu medialnego. Przejawia się on w istnieniu wielu instytucji lub organizacji medialnych reprezentujących punkty widzenia różnych grup społecznych oraz organizacji politycznych. Pluralizm wewnętrzny natomiast to pluralizm osiągniany na poziomie pojedynczej instytucji medialnej. Pracownicy mediów starają się przedstawiać różne punkty widzenia oraz unikają wiązania ich z określoną opcją polityczną. System, w którym wzorem są neutralne politycznie media, będzie odznaczać się niskim poziomem paralelizmu politycznego¹⁶. Przykładowo, pluralizm na rynku prasowym kraju demokratycznego może występować albo tylko na poziomie kiosku, w którym można będzie kupić gazetę związaną z określoną opcją lub środowiskiem politycznym, albo na poziomie całego systemu, gdzie w większości gazet dziennikarze będą starali się przedstawiać różne punkty widzenia.

¹³ Ibidem, s. 28.

¹⁴ Ibidem, s. 28—29.

¹⁵ Ibidem, s. 29.

¹⁶ Ibidem, s. 30.

Wpływ systemu medialnego na kształt systemu partyjnego

Jak wcześniej wspomniano, Hallin oraz Mancini opracowali trzy modele wzajemnych relacji pomiędzy systemem politycznym i medialnym. Są to modele „idealne”, tzn. że badacze mediów traktują je jako punkt odniesienia podczas analizy porównawczej. Część systemów medialnych będzie bowiem nosiła cechy dwóch, a nawet trzech modeli i tylko nasilenie poszczególnych zjawisk przesądzi o zaklasyfikowaniu danego systemu do któregoś z modeli. Trzy modele systemów medialnych zostaną zaprezentowane w dwóch tabelach (tak jak oryginalnie zaprezentowano to w publikacji *Systemy medialne...*).

Przed zaprezentowaniem koncepcji Hallina oraz Manciniego warto zaznaczyć, że modele systemów medialnych zostały opracowane na początku pierwszej dekady XXI wieku (sama książka została wydana w 2004 r.), tak więc część przykładów mogła się zdezaktualizować. Co więcej, proces globalizacji powoduje powolne zacieranie się różnic między poszczególnymi systemami oraz wymusza zmiany w obrębie samych systemów. Mimo wszystko trzy modele opracowane przez Hallina i Manciniego są nadal przydatnym narzędziem badawczym.

Hallin i Mancini nie odnieśli się w swoich analizach do krajów Europy Środkowo-Wschodniej, skupili się bowiem na analizie systemów tylko w ugruntowanych demokracjach z ukształtowanym systemem medialnym. Wydaje się zasadne, że blisko trzydzieści lat po przemianach ustrojowych w krajach byłego bloku sowieckiego oraz ponad dekadę od wejścia ośmiu z nich do Unii Europejskiej, należałoby również dokonać rzeczowej analizy systemów medialnych tych krajów¹⁷.

¹⁷ Takie próby były już częściowo podejmowane. Zob. m.in. B. DOBEK-OSTROWSKA: *Współczesne systemy medialne. Zewnętrzne ograniczenia rozwoju*. W: *Media masowe na świecie. Modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa*. Red. B. DOBEK-OSTROWSKA. Wrocław 2007, s. 53—54; D. WANIEK: *Regulacje prawne i polityka medialna w Polsce w latach 1989—2011*. W: *Polski system medialny 1989—2011*. Red. K. POKORNA-IGNATOWICZ. Kraków 2013.

Tabela 1

Trzy modele Hallina i Manciniego: charakterystyka systemów medialnych

Charakterystyka	Model śródziemnomorski lub spoliaryzowanego pluralizmu	Model północno- i środkowoeuropejski lub demokratycznego korporacjonizmu	Model północnoatlantycki lub liberalny
	Francja, Grecja, Włochy, Portugalia, Hiszpania	Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Niemcy, Holandia, Szwecja, Szwajcaria	Wielka Brytania, Stany Zjednoczone, Kanada, Irlandia
Przemysł prasowy	niskie wskaźniki czytelnictwa prasy; prasa elitarna zorientowana politycznie	wysokie wskaźniki czytelnictwa prasy; wczesny rozwój prasy masowej	średnie wskaźniki czytelnictwa prasy; wczesny rozwój komercyjnej prasy masowej
Paralelizm polityczny	wysoki stopień paralelizmu politycznego; pluralizm zewnętrzny, dziennikarstwo zorientowane na komentarz, parlamentarny lub rządowy model zarządzania mediami elektronicznymi — model mediów podporządkowanych procesowi politycznemu	pluralizm zewnętrzny, szczególnie w prasie ogólnokrajowej; historia silna prasa partyjna; ewolucja w stronę neutralnej prasy komercyjnej; model mediów uczestniczących w procesie politycznym, charakteryzujących się dużą autonomią dziennikarską	neutralna prasa komercyjna; dziennikarstwo zorientowane na informację; pluralizm wewnętrzny (z wyjątkiem Wielkiej Brytanii, gdzie występuje pluralizm zewnętrzny); profesjonalny model zarządzania mediami elektronicznymi — systemy formalnie autonomiczne
Profesjonalizacja	mniejszy stopień profesjonalizacji; instrumentalizacja	silna profesjonalizacja; zinstytucjonalizowany system autoregulacji	wysoki stopień profesjonalizacji; niezinstytucjonalizowany system autoregulacji
Rola państwa w systemie medialnym	silna interwencja państwa; subsydia prasowe we Francji i Włoszech; okresy cenzury; „dzika deregulacja” (z wyjątkiem Francji)	silna interwencja państwa, przy jednoczesnej ochronie wolności prasy; dotacje prasowe, szczególnie w krajach skandynawskich; silni nadawcy publiczni	przeważająca orientacja rynkowa (z wyjątkiem silnych publicznych mediów elektronicznych w Wielkiej Brytanii i Irlandii)

Źródło: Tabela oryginalna: D.C. HALLIN, P. MANCINI: *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*. Przeł. M. LOREK. Kraków 2007, s. 67.

Tabela 2
Trzy modele Hallina i Manciniego: charakterystyka systemów politycznych

Charakterystyka	Model śródziemnomorski lub spolaryzowanego pluralizmu	Model północno- i środkowoeuropejski lub demokratycznego korporacjonizmu	Model północnoatlantycki lub liberalny
	Francja, Grecja, Włochy, Portugalia, Hiszpania	Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Niemcy, Holandia, Szwecja, Szwajcaria	Wielka Brytania, Stany Zjednoczone, Kanada, Irlandia
Historia polityczna — wzorce konfliktu i kon-sensu	późna demokracja; spolaryzowany pluralizm	wczesna demokracja; pluralizm umiarkowany (z wyjątkiem Niemców i Austrii sprzed 1945 r.)	wczesna demokracja; pluralizm umiarkowany
Konsens lub rządy większościowe	oba	dominacja konsensualizmu	dominujące rządy większościowe
Pluralizm jednostkowy a pluralizm organizacyjny	pluralizm organizacyjny; duże znaczenie partii politycznych	pluralizm organizacyjny; w historii okresy pluralizmu sfragmentaryzowanego; demokratyczny korporacjonizm	raczej jednostkowa reprezentacja niż pluralizm organizacyjny (szczególnie w Stanach Zjednoczonych)
Rola państwa	kapitalizm państwowy, silne zaangażowanie państwa i partii politycznych w gospodarkę; okresy rządów autorytarnych, silne państwo opiekuńcze we Francji i Włoszech	silne państwo opiekuńcze; duże zaangażowanie państwa w gospodarkę	liberalizm; słabsze państwo opiekuńcze (szczególnie w Stanach Zjednoczonych)
Władza racjonalno-legalna	słabszy rozwój władzy racjonalno-legalnej (z wyjątkiem Francji); klientelizm	silnie wykształcona władza racjonalno-legalna	silnie wykształcona władza racjonalno-legalna

Źródło: Tabela oryginalna: D.C. HALLIN, P. MANCINI: *Systemy medialne. Trzy modele...*, s. 68.

Konkurencyjność partii w systemie

Zaprezentowane fakty mają zwrócić uwagę na problem konkurencyjności partii w danym systemie. Wcześniej wymieniono cechy, jakie powinien posiadać doskonale konkurencyjny rynek dóbr. Teraz tę charakterystykę warto odnieść do rynku partii. Aby rynek partii można było nazwać wolnym i konkurencyjnym, muszą zostać spełnione następujące warunki:

- 1) rozproszenie po stronie ugrupowań i po stronie wyborców:
 - pełna swoboda tworzenia partii politycznych (niezależnie od tego, jakie reprezentują wszystkie nurty, ideologie, grupy społeczne itd.);
 - nie istnieje jedna, homogeniczna, zorganizowana grupa wyborców, której decyzje wyborcze jednoznacznie przesądzałyby o zdobyciu w wyborach przez daną partię bezwzględnej większości mandatów¹⁸;
- 2) zarówno wyborcy, jak i wszyscy członkowie partii politycznych mają pełny, nieograniczony dostęp do informacji o działalności wszystkich partii w systemie;
- 3) brak barier wejścia na rynek partii politycznych:
 - uwarunkowania instytucjonalne — brak konieczności uzyskania pozwolenia na prowadzenia działalności politycznej;
 - prawo wyborcze jest skonstruowane w ten sposób, aby każda partia, ale również każdy pojedynczy obywatel (posiadający bierne prawo wyborcze), który ma chęć startowania w wyborach na urząd, miał taką możliwość;
 - państwowy model finansowania partii nie prowadzi do stworzenia uprzywilejowanych podmiotów politycznych;
 - istnieje wiele kanałów dystrybucji informacji politycznej z partii do opinii publicznej — ugrupowania mogą swobodnie komunikować się z wyborcami i nie ma w tym aspekcie podmiotów uprzywilejowanych bądź dyskryminowanych/wykluczonych.

Dążenie do pełnego wprowadzenia modelu wolnego rynku partii politycznych wydaje się istotą demokracji. Są to jednak standardy bardzo wymagające i w praktyce trudne do spełnienia.

Wydaje się, że większą szansę na wprowadzenie i utrzymanie takiego systemu mają mniejsze państwa, gdzie oprócz odpowiedniego prawa istnieją mechanizmy samokontroli i wewnętrznego nadzoru nad poczynaniami władz. Wolny

¹⁸ Chodzi o sytuację, w której istnieje jakaś organizacja, związek zawodowy lub inne zrzeszenie, w którego skład wchodzi większość wyborców. Jednocześnie taka organizacja wydaje jednoznaczne polecenia, na kogo oddać swój głos. Istnieje ryzyko, że takim podmiotem może być np. Kościół lub związek wyznaniowy, który oprócz zrzeszania swoich wiernych angażuje się w świat polityki, udzielając poparcia konkretnym kandydatom lub opcjom politycznym.

rynek partii jest również możliwy w skali lokalnej czy regionalnej. Władze samorządowe są najbliższą wyborców, którzy mogą nadzorować i oceniać ich pracę „na miejscu, każdego dnia”. W ugruntowaniu wolnego rynku partii bardzo przydatne będzie społeczeństwo obywatelskie oraz odpowiednio wysoki poziom kultury politycznej.

Jednym ze skutków funkcjonowania wolnego rynku partii politycznych jest stałe pojawianie się nowych podmiotów politycznych, które mają takie same szanse na wyborcze zwycięstwo, jak te już istniejące. Może więc dochodzić do częstej wymiany partii u sterów władzy. Drugą konsekwencją jest nieustanna, równorzędna konkurencja prowadząca do ciągłego zastępowania partii coraz nowszymi. Trzecią konsekwencją jest wysoka chwiejność wyborcza (po części spowodowana powstawaniem partii politycznych lub zaprzestawaniem przez nie działalności).

Oligopol partyjny jako produkt współczesnych demokracji

Kładąc na szali z jednej strony ideały wolnego rynku partii politycznych, z drugiej strony — stabilność całego systemu politycznego, tworzy się dylemat, w jaki sposób zbudować demokratyczne, ale jednocześnie silne państwo. Oczywiście, zarówno demokracja, jak i stabilny system partyjny to cele, które nie stoją z sobą w zupełnej sprzeczności, jednak — jak pokazuje praktyka polityczna — z niektórych ideałów trzeba zrezygnować, aby taki model demokracji był możliwy.

Współczesne państwa demokratyczne w konstytucjach i ustawach regulują takie kwestie, jak tryb powstawania i działalność partii politycznych oraz prawo wyborcze. O kształcie tych aktów prawnych w sposób zasadniczy decydują członkowie partii politycznych znajdujących się w parlamencie. To te podmioty ustalą reguły gry politycznej, według których przyjdzie rywalizować nie tylko im, ale i wszystkim siłom pozaparlamentarnym. Nierównorzędność podmiotów widoczna jest już na wstępie. Treść prawa wyborczego stanowi czynnik determinujący kształt systemu partyjnego. Dyskusja nad tym, który z systemów odaje najbardziej wolę wyborcy, cały czas trwa¹⁹.

¹⁹ Zob. m.in. K. RZAŻEWSKI, W. SŁOMCZYŃSKI, K. ŻYCZKOWSKI: *Każdy głos się liczy! Wędrówka przez krainę wyborów*. Warszawa 2014; D. NOHLEN: *Prawo wyborcze i system partyjny. O teorii systemów wyborczych*. Przeł. R. ALBERSKI, J. SROKA, Z. WIKTOR. Warszawa 2004.

Tabela 3

Modele konkurencji partii politycznych

Charakterystyka	Monopol partyjny	Trust partyjny	Oligopol partyjny	Wolny rynek partii politycznych
Liczba partii istotnych dla funkcjonowania systemu	tylko jedna	kilka	kilka	wiele
Rozproszenie po stronie partii politycznych	istnieje jeden ośrodek władzy	hegemon i „satelity” (całkowicie zależne), przewodnia rola partii hegemonicznej	istnieją partie/środowiska uprzywilejowane, demokracje „partyjne” bądź „tyrani-zujące większości”	względna równorzędność podmiotów
Kanale dystrybucji informacji politycznej	totalna kontrola kanałów dystrybucji informacji politycznej przez jeden ośrodek władzy	zależki pluralizmu zewnętrznego mediów, cenzurowane media partii sojusznicznych	najsilniejsze podmioty są uprzywilejowane w procesie komunikacji informacji politycznej, brak pluralizmu wewnętrznego	wiele kanałów dystrybucji informacji politycznej, pluralizm mediów zewnętrzny i wewnętrzny
Transparentność rynku partii	brak transparentności			pełna transparentność
Uwarunkowania instytucjonalne	zakaz tworzenia partii politycznych, istnieje tylko jedna „partia państwowa”	koncesyjny tryb tworzenia partii	tryb administracyjny, rejestrowy lub ewidencyjny	tryb ewidencyjny tworzenia partii, pełna swoboda wejścia na rynek
Prawo wyborcze	brak wyborów lub „wybory pokazowe”			prawo wyborcze równe dla wszystkich
Finansowanie partii	korzystanie z pełni zasobów państwa			model finansowania partii nie tworzy rozwarstwienia finansowego

Źródło: Opracowanie własne.

Poruszając problem konkurencyjności partii, należy podnieść kwestie pieniędzy. Partie polityczne zazwyczaj korzystają ze źródeł wewnętrznych (np. składki członkowskie, odprowadzanie przez deputowanych części wynagrodzenia na konto partii) oraz źródeł zewnętrznych. Strumień pieniędzy może płynąć od:

- grup interesu, które w zamian za wsparcie oczekują od partii określonego działania,
- budżetu państwa (tzw. subwencje państwowe)²⁰.

Pobieranie przez ugrupowania pieniędzy od zorganizowanych grup interesu jest zagrożeniem dla pierwszego z wymienionych standardów wolnorynkowych, mianowicie rozproszenia po stronie wyborców (są wyborcy ważni i ważniejsi, stworzenie pola do korupcji politycznej). Finansowanie państwowe może prowadzić do umocnienia pozycji partii wielkich kosztem partii słabych, co stanowi kolejne naruszenie standardów wolnorynkowych (państwowy model finansowania partii może prowadzić wtedy do stworzenia uprzywilejowanych podmiotów politycznych). Wybór modelu finansowania partii to jeden z najważniejszych dylematów współczesnych demokracji. Ryszard Herbut zwraca uwagę na niezwykle ciekawe rozwiązanie tego problemu w Danii. Na podstawie ustawy o subwencjach państwowych o finansowanie mogą starać się nie tylko partie polityczne, ale i konkretni kandydaci uczestniczący w wyborach (bez względu na to, czy chodzi o wybory ogólnokrajowe, regionalne czy lokalne). Rozmiar subwencji jest zależny od liczby zdobytych głosów. Taki model sprzyja zjawisku decentralizacji struktur partyjnych²¹.

Pozostaje rozważyć kwestię komunikacji partii politycznych z wyborcami. Otóż jak zauważono wcześniej, na dziennikarzach i właścicielach mediów spoczywa duża część odpowiedzialności za proces wymiany informacji politycznych. To od nich zależy, jaki będzie poziom paralelizmu politycznego, jak silne będą związki między światem polityki i światem mediów. Ideałem wolnego rynku partii jest istnienie medialnego pluralizmu nie tylko zewnętrznego, ale również wewnętrznego (na poziomie pojedynczego tytułu). W zależności od przyjętego systemu medialnego w danym państwie dziennikarstwo będzie albo zorientowane na informację i prezentowanie różnych punktów widzenia, albo media będą upartyjnione, nastawione na komentarz, wykluczające wszystkie idee niezgodne z linią redakcji.

Opisany stan znacznie odbiega od ideałów wolnego rynku partii politycznych. Członkowie najsilniejszych partii zdają sobie sprawę z tego, że są w stanie podejmować decyzje dotyczące reguł gry politycznej. Mogą oni zliberalizować bądź zaostrzyć prawo dotyczące uczestnictwa w rynku partii, mogą też zmie-

²⁰ R. HERBUT: *Finansowanie partii politycznych*. W: *Encyklopedia politologii...*, s. 51—54.

²¹ *Ibidem*.

niać prawo wyborcze w dowolnym kierunku (nawet stosując *gerrymandering* czy inne formy wypaczania wyników wyborów). Mogą skonstruować taki model finansowania partii, który będzie tylko je wzmacniał. W końcu, mogą one sprawować kontrolę nad mediami publicznymi oraz wchodzić w różne formy współpracy z mediami komercyjnymi.

W teorii ekonomii rynek, na którym podmiotów jest już tak mało, że uświadamiają one sobie, że ich indywidualne decyzje dotyczące działalności będą miały wpływ na całość rynku oraz na działalność innych konkurentów, nazywa się oligopolem²². Im mniej podmiotów na rynku oligopolistycznym, tym większy stopień koncentracji kontroli rynku i tym mniejsza konkurencja. Charakterystyczną cechą tego rynku jest fakt, że choć decyzje podmiotów są niezależne, to jednak podjęcie przez jeden z nich działania wywoła u konkurentów podobną reakcję (poprzez m.in. podjęcie działań dostosowawczych²³). Co więcej, uczestnicy oligopolu są świadomi takiego mechanizmu²⁴, swego rodzaju „paralelizmu decyzji”. Oligopolista podejmując kolejne działanie, musi nie tylko mieć na uwadze swój interes, ale liczyć się z kontreakcją pozostałych oligopolistów. Taki system zniechęca uczestników rynku do agresywnej rywalizacji, każdy z nich bowiem uświadamia sobie, że ich sukcesy są wzajemnie powiązane.

Inna definicja głosi, że oligopol jest rynkiem zdominowanym przez niewielką liczbę przedsiębiorstw. Logika takiego rynku opiera się na dwóch kluczowych cechach: ustanowieniu znaczących barier wejścia na rynek w celu zbudowania i utrzymania pozycji dominującej oraz współzależności graczy (podejmowane decyzje będą miały skutki dla całego układu)²⁵.

Świadomość uczestników rynku, że najwyższy zysk osiągną wtedy, kiedy będą z sobą współpracować, oraz że należy dbać o zysk łączny zamiast własny, to nadrzędna idea oligopolu. Aby ją zrealizować, należy ustanowić istotne bariery wejścia²⁶. Kontrolując rynek oraz uniemożliwiając nowym podmiotom uczestnictwo w nim, utrzymywany jest system korzyści dla oligopolistów, porównywalny z zyskami osiąganymi przez monopol.

Współdziałanie i paralelizm decyzji oligopolistów wynika z logiki gry oraz ze strachu przed ostrą rywalizacją, która przyniesie tylko straty. Nic więc dziwnego, że opisując działanie tego typu rynku, często stosuje się takie określenia, jak „milcząca zmowa”, „milcząca koordynacja”, „świadomy paralelizm” czy też „zbiorowa pozycja dominująca”²⁷.

²² Z. JURCZYK: *Kartele w polityce konkurencji Unii Europejskiej*. Warszawa 2012, s. 109.

²³ J. SZCZODROWSKI: *Kontrola rynków oligopolistycznych w prawie konkurencji. Prawo Unii Europejskiej na tle rozwiązań w wybranych jurysdykcjach*. Warszawa 2015, s. 21—22.

²⁴ Z. JURCZYK: *Kartele w polityce...*, s. 109.

²⁵ J. SŁOMAN: *Podstawy ekonomii*. Przeł. M. GELDNER. Warszawa 2001, s. 162; W.F. SAMUELSON, S.G. MARKS: *Ekonomia menedżerska*. Przeł. B. CZARNY. Warszawa 2009, s. 502.

²⁶ J. SŁOMAN: *Podstawy ekonomii...*, s. 161—162.

²⁷ J. SZCZODROWSKI: *Kontrola rynków oligopolistycznych...*, s. 22—26.

Oczywiście w większości demokracji procesy oligopolizacji systemu partyjnego znajdują się w różnym stadium zaawansowania. Tylko od głównych partii politycznych zależy, jak bardzo system partyjny odbiega od wolnorynkowego ideału. Attila Ágh dokonał przeglądu „mieszanych, hybrydowych i zniekształconych demokracji”, które występowały po 1989 roku w państwach Europy Środkowo-Wschodniej i na Bałkanach. Na tej podstawie wyróżnił cztery pośrednie typy demokracji: 1) formalistyczne (nie ma realnej „kontrelity”, która stanowiłaby zorganizowaną opozycję i która mogłaby stanowić polityczną alternatywę), 2) elitystyczne (konkurencyjne wobec siebie elity dzielą między sobą całość władzy w państwie, a reszta społeczeństwa jest pozbawiona wpływu na najważniejsze decyzje polityczne); 3) partyjne (partie są jedynymi aktorami na scenie politycznej i starają się wykluczyć innych aktorów politycznych i społecznych z procesu podejmowania decyzji politycznych) oraz 4) „tyranizująca większość” (kiedy „większości”, która zdobywa władzę, wydaje się, że po wygraniu wyborów może bezwzględnie realizować swoją politykę, bez zawierania niezbędnych kompromisów z opozycją parlamentarną oraz przedstawicielami innych politycznych i społecznych mniejszości)²⁸. Warto tę typologię węgierskiego badacza nie tylko wykorzystać do scharakteryzowania specyfiki demokracji w niektórych krajach „nowej Europy”, lecz również potraktować ją jako wartościowe narzędzie opisujące wszystkie wadliwe, zoligopolizowane demokracje.

Wymienione modele konkurencji partii politycznych układają się w pewne kontinuum — miejsce danego kraju jest zależne od jakościowych różnic w obszarze konkurencyjności partii. Kryteria dla poszczególnych modeli są przedstawione w tabeli 3.

Monopol i trust

Gdy w państwie istnieje tylko jedna partia, a działalność wszystkich innych podmiotów politycznych jest zakazana, trudno rozważać o jakiegokolwiek konkurencji. Mowa tutaj o państwach totalitarnych, w których funkcjonuje tylko „partia państwowa”. W takim systemie istnieje jeden ośrodek władzy, który korzysta w pełni z zasobów państwa oraz kontroluje wszelkie kanały dystrybucji informacji. Jeśli odbywają się „wybory”, to są one ustawione, organizowane są tylko w celu zachowania „pozorów demokracji”. Mimo że z góry wiadomo, jaki będzie wynik, często zmusza się obywateli do wyborczego uczestnictwa pod groźbą kary.

²⁸ A. ÁGH: *The Politics of Central Europe*. London 1998, s. 12—13.

Jak mianem monopolu określamy rynek, na którym znajduje się tylko jeden, jedyny sprzedawca²⁹, tak mianem monopolu partyjnego powinniśmy określać rynek partii politycznych, na którym istnieje tylko jedna partia, dysponująca pełnią władzy. Wszystkie wejścia na rynek polityczny są zablokowane. Dodatkowo kanały dystrybucji informacji politycznej (jeśli takie istnieją) są pod kontrolą władz, a każde niezależne źródło informacji jest „tłumione w zarodku”. Na takim rynku monopolista działa niezagrożony, nie ma bowiem żadnej konkurencji³⁰.

Określenie „monopol partyjny” jest pewną próbą zmierzenia się z dylematem, czy system stanowi sytuacja, w której istnieje tylko jedna partia. Analizując systemy partyjne pod kątem konkurencyjności partii, należy stwierdzić, że głównym celem nie jest określenie liczby relewantnych partii politycznych (co zwykle widać na pierwszy rzut oka), lecz zbadanie, czy inne podmioty polityczne mają szansę zaistnieć na omawianym rynku, czy też nie.

Jakościowo różny od monopolu jest system, w którym mimo że jedna partia sprawuje pełnię władzy w państwie i kontroluje wszystkie dziedziny życia społecznego, to utrzymywana jest (pozorna) wielopartyjność. Dzieje się tak po to, by zachować pozory pluralizmu politycznego. Taki rynek partii można porównać z systemem partii hegemonicznej. Zamiast całkowitego zakazu tworzenia partii występuje system koncesyjny. Odbywają się „wybory pokazowe” o z góry ustalonym wyniku i o niemal 100% frekwencji. Kanały dystrybucji informacji politycznej są pod kontrolą władz (np. poprzez cenzurę, ograniczenie dostępu do materiałów drukarskich, kontrolę dystrybucji prasy), jednak tak jak w przypadku partii stworzono iluzję różnorodności mediów. Można zaryzykować stwierdzenie, że taki system chętniej przyjmują liberalizujące się reżimy niedemokratyczne. Można mieć nadzieje, że istnienie takiego nawet sztucznego pluralizmu i różnorodności może być korzystne w perspektywie przyszłej tranzycji do reżimu demokratycznego.

W jaki sposób nazwać opisany rynek? Określenie „monopol wielozakładowy”³¹ (czy też „monopol wielopartyjny”) wydaje się niezbyt trafnym określeniem, jeśli ma się zamiar podkreślić, że mamy do czynienia z nową jakością. Stan między monopolem a oligopolem można spróbować nazwać trustem.

Trust to specyficzny rodzaj rynku, na którym dotychczas niezależne przedsiębiorstwa łączą się w jedno, tracąc całkowicie niezależność i samodzielność. Dotychczasowi właściciele stają się udziałowcami i otrzymują zyski adekwatne do liczby udziałów. Na czele trustu stoi zarząd, który kieruje całym układem³². Według innej definicji trustu, jest to forma monopolizacji rynku polegająca na tym, iż samodzielne dotąd przedsiębiorstwa przekazują do zarządu trustu swoje

²⁹ E. NOJSZEWSKA: *Podstawy ekonomii*. Warszawa 1995, s. 132.

³⁰ B. CZARNY: *Podstawy ekonomii*. Warszawa 2000, s. 206.

³¹ Ibidem, s. 210.

³² Z. DACH: *Podstawy mikroekonomii*. Kraków 1998, s. 172—173.

udziały, tracąc jednocześnie swą niezależność. Trustem zarządza rada wykonawcza. Zyski wypracowane przez przedsiębiorstwa płyną do centralnej kasy trustu, a rada trustu dzieli je proporcjonalnie do udziałów poszczególnych firm w truście³³. Powstawanie dużych organizacji monopolistycznych w postaci trustów jest w wielu krajach zakazane³⁴.

Można zakładać, że w truście partyjnym wszystkie ruchy polityczne przekazują (najczęściej pod przymusem) wszystkie swoje „polityczne udziały” do partii hegemonicznej w zamian za uczestnictwo w systemie korzyści (zachowanie struktur, iluzja niezależności, własna reprezentacja parlamentarna, wydawanie własnych tytułów prasowych, korzystanie z rozmaitych zasobów państwa). W ten sposób partie komunistyczne stworzyły system wielopartyjny bez jakiegokolwiek zagrożenia dla swojej absolutnej władzy.

Podsumowanie

Można odnieść wrażenie, że nie brakuje narzędzi badawczych, dzięki którym możliwa jest gruntowna analiza wyborczego, parlamentarnego czy też gabinetowego poziomu konkurencji partii politycznych. Chcąc jednak przeanalizować poziom konkurencyjności partii politycznych, należy również odnieść się do takich kwestii, jak zdolność partii do nawiązania kontaktu z wyborcami poprzez media, zróżnicowanie zasobów (np. finansowych) poszczególnych partii, wpływ poszczególnych podmiotów na prawo wyborcze czy też zdolność do równorzędnego konkurowania nowych podmiotów. W każdym państwie istnieje inny model rywalizacji, a na sposób konkurowania partii między sobą wpływają różne czynniki i określają go różne prawidłowości. Dlatego też poziom konkurencyjności partii jest cechą stopniowalną. Niemniej jednak można wyróżnić pewne „modele idealne”, czyli rozwiązania i schematy, które powtarzają się w poszczególnych państwach.

Bibliografia:

- ÁGH A.: *The Politics of Central Europe*. London 1998.
ANTOSZEWSKI A.: *Rynek wyborczy*. W: *Encyklopedia politologii. Partie i systemy partyjne*. T. 3. Red. A. ANTOSZEWSKI, R. HERBUT. Zakamycze 1999.

³³ M. REKOWSKI: *Wprowadzenie do mikroekonomii*. Poznań 2002, s. 277—279.

³⁴ *Ibidem*, s. 281—284.

- ANTOSZEWSKI A.: *Rynek*. W: *Leksykon politologii wraz z Aneksem o: reformie samorządowej, wyborach do sejmu, prezydenckich oraz gabinetach rządowych*. Red. A. ANTOSZEWSKI, R. HERBUT. Wrocław 2004.
- ANTOSZEWSKI A.: *Wzorce rywalizacji politycznej we współczesnych demokracjach europejskich*. Wrocław 2004.
- CZARNY B.: *Podstawy ekonomii*. Warszawa 2000.
- DACH Z.: *Podstawy mikroekonomii*. Kraków 1998.
- DOBEK-OSTROWSKA B.: *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław 1999.
- DOBEK-OSTROWSKA B.: *Współczesne systemy medialne: zewnętrzne ograniczenia rozwoju*. W: *Media masowe na świecie. Modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa*. Red. B. DOBEK-OSTROWSKA. Wrocław 2007.
- HALLIN D.C., MANCINI P.: *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*. Przeł. M. LOREK. Kraków 2007.
- HERBUT R.: *Finansowanie partii politycznych*. W: *Encyklopedia politologii. Partie i systemy partyjne*. T. 3. Red. A. ANTOSZEWSKI, R. HERBUT. Zakamycze 1999.
- JABŁOŃSKA A.: *Rynek, popyt, podaż*. W: *Podstawy ekonomii*. Red. R. MILEWSKI, E. KWIATKOWSKI. Warszawa 2006.
- JURCZYK Z.: *Kartele w polityce konkurencji Unii Europejskiej*. Warszawa 2012.
- MATYJA R.: *Rywalizacja polityczna w Polsce*. Kraków—Rzeszów 2013.
- NOHLEN D.: *Prawo wyborcze i system partyjny. O teorii systemów wyborczych*. Przeł. R. ALBERSKI, J. SROKA, Z. WIKTOR. Warszawa 2004.
- NOJSZEWSKA E.: *Podstawy ekonomii*. Warszawa 1995.
- REKOWSKI M.: *Wprowadzenie do mikroekonomii*. Poznań 2002.
- RZAŻEWSKI K., SŁOMCZYŃSKI W., ŻYCZKOWSKI K.: *Każdy głos się liczy! Wędrówka przez krainę wyborów*. Warszawa 2014.
- SAMUELSON W.F., MARKS S.G.: *Ekonomia menedżerska*. Przeł. B. CZARNY. Warszawa 2009.
- SŁOMAN J.: *Podstawy ekonomii*. Przeł. M. GELDNER. Warszawa 2001.
- SZCZODROWSKI J.: *Kontrola rynków oligopolistycznych w prawie konkurencji. Prawo Unii Europejskiej na tle rozwiązań w wybranych jurysdykcjach*. Warszawa 2015.
- WANIEK D.: *Regulacje prawne i polityka medialna w Polsce w latach 1989—2011*. W: *Polski system medialny 1989—2011*. Red. K. POKORNA-IGNATOWICZ. Kraków 2013.
- WOJTASIK W.: *System partyjny i partie polityczne w modelu ustrojowym III RP*. W: R. GLAJCAR, J. OKRZESIK, W. WOJTASIK: *Ustrój polityczny RP. Wprowadzenie*. Bielsko-Biała 2006.

Łukasz Wielgosz, mgr, doktorant nauk o polityce w Uniwersytecie Śląskim w Katowicach, absolwent politologii oraz doradztwa politycznego i publicznego. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół zagadnień związanych z polskim systemem politycznym oraz decydowaniem politycznym.