

Tytuł: Platforma Obywatelska

Autor: praca zbiorowa pod redakcją Marka Migalskiego

Wydawnictwo: Adam Marszałek

Rok wydania: 2009

Każdy, kto zna opinie na temat Platformy Obywatelskiej i jej polityków, upowszechniane przez Marka Migalskiego może założyć, że publikacja na temat tej partii, pod redakcją europoła PiS-u, będzie próbą krytycznej oceny działań i rządów tej formacji. Jednak założenie to byłoby mylne. Okazuje się bowiem, że książka, będąca początkiem serii wydawniczej, w ramach której zaprezentowane zostaną poszczególne partie polityczne obecne w polskim życiu parlamentarnym, jest obiektywną i wszechstronną analizą programu i praktyki działania omawianego ugrupowania. Poza Markiem Migalskim, który dokonuje oceny działań i założeń dotyczących polityki zagranicznej prowadzonych przez Platformę, swoje obserwacje zaprezentowali w publikacji również naukowcy z Uniwersytetu Jagiellońskiego, Opolskiego, Wrocławskiego, Śląskiego czy też Wyższej Szkoły Biznesu w Nowym Sączu.

Z publikacji możemy się dowiedzieć między innymi: jaką strukturę organizacyjną posiada Platforma, w jaki sposób Donald Tusk przejął władzę w partii, czy też co stało się z ruchem trzech tenorów. Autorzy piszą, jakie są tradycje i inspiracje światopoglądowe tej formacji, jakie jest jej miejsce w wyborach samorządowych, w Parlamencie Europejskim oraz w polskim systemie partyjnym. Przedstawiają oni relacje PO z partnerami społecznymi oraz poddają analizie strategię wyborcze, które doprowadziły to ugrupowanie do władzy.

Z punktu widzenia specjalistów ds. marketingu politycznego na pewno interesujący okaże się rozdział autorstwa Mariusza Kolczyńskiego poświęcony „sztuce politycznego branding”. Autor opisuje w nim przedsięwzięcia podejmowane przez PO w trakcie kolejnych kampanii. Wyodrębnia on punkty wspólne, którymi kierowało się to ugrupowanie, realizując swoje strategię wyborcze. Zauważa, w jaki sposób partia ta dostosowywała się do wymogów poszczególnych etapów kampanii i podsumowuje efekty tych działań w wymiarach: personalnych, czasowych i medialnych, poczynszyszy od kampanii z 2001 roku. Kolczyński zwraca także uwagę na to, w jaki sposób Platforma prezentowała swój program i lidera,

oceniając przy tym, które z tych działań okazały się skuteczne, a które doprowadziły do przegranej w 2005 roku.

Książka będzie interesującą pozycją zarówno dla politologów, jak i wszystkich tych, którzy interesują się skomplikowanymi procesami na polskiej scenie politycznej. Dogłębna i obiektywna analiza zaprezentowana przez grono specjalistów dostarcza nam rzeczowej i interesującej lektury, która może być przydatna zarówno dla innych badaczy, studentów nauk humanistycznych, jak również osób zajmujących się szeroko pojętą komunikacją w polityce.

Monika Krajewska