

Omar Lekhchine

ORCID: 0009-0009-2090-9506

Strategie komunikacji politycznej w kampanii wyborczej do rady miejskiej w 2024 r. Studium przypadku w Przemkowie

Wstęp

Wybory samorządowe odrywają istotną rolę funkcjonowania demokratycznego państwa, zapewniające obywatelom bezpośredni wpływ na kształt lokalnej polityki. Kampanie wyborcze na szczeblu lokalnym, mimo mniejszego oddziaływania niż wybory parlamentarne czy prezydenckie, pełnią kluczową funkcję w kształtowaniu polityki regionalnej. Według badań przeprowadzonych przez CBOS w kwietniu 2024 r. Polacy deklarują większe zaufanie do władz samorządowych (71%) niż do instytucji władzy centralnej (43%), co wskazuje na znaczenie lokalnego wymiaru polityki w percepcji obywateli¹. Ich specyfika wynika z bezpośredniego kontaktu kandydatów z wyborcami, a także z konieczności dostosowania strategii komunikacyjnych do lokalnych uwarunkowań społecznych, gospodarczych i politycznych.

Kampania wyborcza do Rady Miejskiej w Przemkowie w 2024 r. odbywała się w dynamicznie zmieniającym się środowisku komunikacyjnym, w którym rola tradycyjnych metod agitacji politycznej ulegała stopniowej ewolucji na rzecz nowoczesnych narzędzi cyfrowych.

Przemków, gmina w województwie dolnośląskim, została przedstawiona jako egzemplifikacja badań nad polityką lokalną w Polsce, szczególnie w kontekście kampanii wyborczych i strategii komunikowania politycznego.

Jednym z istotnych aspektów, który wpłynął na dynamikę wyborów samorządowych w 2024 r., była zmiana terminu ich przeprowadzenia. Pierwotnie miały się one odbyć jesienią 2023 r., jednak w wyniku ustawy z dnia 29 września 2022 r.

¹ *Zaufanie społeczne*, Komunikat z badań CBOS nr 40/2024, Warszawa 2024, s. 9, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2024/K_040_24.PDF [dostęp: 24.02.2025].

o przedłużeniu kadencji organów jednostek samorządu terytorialnego², zostały przesunięte na wiosnę 2024 r. Powodem tej zmiany było nałożenie się terminu wyborów samorządowych z wyborami parlamentarnymi, co mogło prowadzić do problemów organizacyjnych oraz nadmiernego obciążenia administracji wyborczej. Decyzja o przesunięciu terminu wyborów miała również konsekwencje polityczne. Wydłużyła kadencję władz samorządowych o kilka miesięcy, co mogło wpłynąć na ocenę ich działań przez wyborców oraz rywalizację polityczną.

Ważnym czynnikiem jest fakt, że kadencja samorządowa w latach 2018–2024 była pierwszą, której długość wynosiła pięć lat, a nie dotychczasowe cztery³. Zmiana ta wynikała z przepisów ustawy z dnia 11 stycznia 2018 r. o zmianie niektórych ustaw w celu zwiększenia udziału obywateli w procesie wybierania, funkcjonowania i kontrolowania niektórych organów publicznych⁴, która wydłużyła kadencję radnych oraz burmistrzów do pięciu lat.

Niniejszy artykuł koncentruje się na analizie strategii komunikacyjnych wykorzystywanych przez kandydatów w wyborach do rady miejskiej w 2024 r. oraz na analizie porównawczej wyników wyborów z 2018 i 2024 r. w Przemkowie. W pracy sformułowano problem badawczy. Jakie strategie komunikacyjne stosowali kandydaci na radnych w wyborach samorządowych w Przemkowie w 2024 r. oraz jaki wpływ miały one na wynik wyborów w kontekście uzyskania mandatu radnego? Ponadto, artykuł opiera się na dwóch hipotezach badawczych. Po pierwsze, zakłada, że w 2024 r. media społecznościowe odegrały dominującą rolę w komunikacji politycznej, podczas gdy w 2018 r. większe znaczenie miały tradycyjne formy kampanii. Po drugie, przyjmuje się, że poparcie ze strony urzędującego burmistrza nie zwiększyło szans kandydatów na zdobycie mandatu radnego.

Dodatkowym elementem analizy będą wyniki badania ankietowego przeprowadzonego wśród radnych wybranych na kadencję 2024–2029, które pozwolą na ocenę skuteczności zastosowanych strategii oraz identyfikację głównych czynników determinujących sukces wyborczy. Badanie to umożliwi również lepsze zrozumienie, w jaki sposób kandydaci postrzegają własne działania komunikacyjne oraz jak oceniają ich wpływ na wynik wyborów.

² Ustawa z dnia 29 września 2022 r. o przedłużeniu kadencji organów jednostek samorządu terytorialnego (Dz.U. 2022 poz. 2418).

³ W praktyce kadencja ta trwała aż sześć lat, co było wynikiem przesunięcia terminu wyborów samorządowych z jesieni 2023 r. na wiosnę 2024 r. Zob. Prezydent.pl, *Prezydent podpisał ustawę o przedłużeniu kadencji organów jednostek samorządu terytorialnego*, 2022, <https://www.prezydent.pl/aktualnosc/wydarzenia/prezydent-podpisał-ustawe-o-przedluzeniu-kadencji-organow-jednostek-samorządu-terytorialnego,61457> [dostęp: 24.02.2025].

⁴ Ustawa z dnia 11 stycznia 2018 r. o zmianie niektórych ustaw w celu zwiększenia udziału obywateli w procesie wybierania, funkcjonowania i kontrolowania niektórych organów publicznych (Dz.U. 2018 poz. 130).

Dobór metod badawczych został dostosowany do charakteru badań. Wykorzystano dwie metody badawcze – metodę ilościową oraz metodę komparatystyczną. Pierwsza wykorzystuje materiał badawczy zebrany wśród radnych do Rady Miejskiej w Przemkowie w kadencji 2024–2029, druga porównuje implikacje spowodowane wynikami wyborów na urząd burmistrza w 2018 oraz 2024 r.

Podstawy teoretyczne i kontekst wyborczy

W kontekście kampanii wyborczych komunikacja polityczna pełni funkcję fundamentalnego narzędzia, służącego zarówno kreowaniu wizerunku kandydatów, jak i wzmacnianiu więzi z wyborcami.

Komunikacja polityczna to także proces wymiany informacji i idei pomiędzy różnymi uczestnikami przestrzeni politycznej. Ma ona istotne znaczenie, ponieważ polityka jako obszar społeczny musi być możliwa do komunikowania, aby mogła być zrozumiana i aktywnie kształtowana. Jeden z istotniejszych aspektów komunikacji politycznej to jej perswazyjny charakter, ponieważ oprócz informowania ma również na celu wpływanie na opinie, emocje i działania odbiorców. Komunikacja ta odbywa się w ramach wspólnoty, gdzie wymiana idei i informacji jest fundamentem tworzenia i utrzymywania relacji politycznych w kontekście współpracy czy rywalizacji. Zatem komunikacja polityczna ma charakter interakcyjny, co oznacza, że nie polega tylko na jednostronnym przekazywaniu informacji, ale na wzajemnym oddziaływaniu między nadawcami a odbiorcami⁵.

W związku z tym w miastach o małej liczbie mieszkańców komunikacja bezpośrednia, oparta na spotkaniach z wyborcami, nawiązaniu osobistych relacji i wizytach terenowych, pozostaje jednym z decydujących elementów kampanii. Jednak trzeba pamiętać, że wraz z rozwojem cyfryzacji, kampanie wyborcze zaczęły wykorzystywać szeroko rozumiany Internet, w tym media społecznościowe (Facebook, YouTube czy Instagram), które umożliwiają szybki kontakt z szeroką grupą odbiorców⁶. Ponadto komunikaty w mediach masowego przekazu niosą za sobą niebezpieczeństwo związane z próbą osiągnięcia sukcesu wyborczego. W zależności od specyfiki lokalnej społeczności, media społecznościowe mogą nie dotrzeć do wszystkich odbiorców (przede wszystkim seniorzy).

W konsekwencji to właśnie bezpośrednie kontakty z mieszkańcami na poziomie lokalnym, poprzez spotkania, dystrybucję materiałów wyborczych czy

⁵ E. Marciniak, *Komunikowanie polityczne w ujęciach interpretacyjnych*, „Studia Politologiczne” 2012, nr 25, s. 13–17.

⁶ P. Pietrzak, *Strategia komunikacji samorządu gminnego. Studium przypadku gminy Stupno*, „Rocznik Towarzystwa Naukowego Płockiego” 2023, nr 15, s. 329–331.

obecność na lokalnych wydarzeniach, uznaje się za fundament efektywnej kampanii⁷. Również metoda *door-to-door* (od drzwi do drzwi), opierająca się na bezpośrednich spotkaniach kandydata w domach wyborców, podczas których prezentuje on swój punkt widzenia w kampanii wyborczej⁸. Tomasz Chmielewski i Krzysztof Malinowski wskazują, że metoda *door-to-door*, choć cechuje się mniejszą widocznością i nie przyciąga tak dużej uwagi jak kampanie prowadzone w mediach elektronicznych, nadal pozostaje równie skutecznym narzędziem w procesie komunikacji politycznej⁹.

Ważnym czynnikiem są także lokalne media (gazety, portale internetowe), które umożliwiają kandydatom dotarcie do specyficznych grup wyborców¹⁰. Z tego powodu w małych ośrodkach miejskich, tego rodzaju metody mogą być bardziej skuteczne niż działania internetowe. Wynika to z cech charakterystycznych małych społeczności, w których liczą się osobiste kontakty i zaufanie oraz bezpośrednie interakcje z mieszkańcami.

Podstawowym aktem prawnym regulującym wybory samorządowe na poziomie gminnym jest ustawa o samorządzie gminnym z dnia 8 marca 1990 r.¹¹ Wprowadza ona zasady organizacji samorządu terytorialnego, wpływając na kształt kampanii wyborczej m.in. poprzez zasadę jawności finansowania kampanii oraz ustalenia systemu wyborczego (w gminach do 20 tysięcy mieszkańców radni wybierani są w systemie większościowym w jednomandatowych okręgach wyborczych¹²).

Charakterystyka Przemkowa jako jednostki samorządu terytorialnego

Przemków jest gminą miejsko-wiejską położoną w powiecie polkowickim w województwie dolnośląskim. Zajmuje powierzchnię 107,5 km² i zamieszkuje ją

⁷ P. Pietrzak, *op. cit.*, s. 334.

⁸ A. Łukasik-Turecka, *Metoda door-to-door i jej zastosowanie przez lubelskich radnych w trakcie kampanii wyborczej do Rady Miasta w 2010 r.*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2013, nr 1, s. 263.

⁹ T. Chmielewski, K. Malinowski, *Door-to-door jako instrument aktywizacji wyborców*, [w:] *Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*, red. M. Jeziński, Toruń 2004, s. 261.

¹⁰ M. Łosiewicz, A. Ryłko-Kurpiewska, *Reklama zewnętrzna jako narzędzie komunikacji politycznej w wyborach samorządowych w Polsce*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2019, nr 2, s. 14.

¹¹ Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. 2024 poz. 1465, 1572, 1907, 1940).

¹² Art. 415, Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy (Dz.U. 2023 poz. 2408, z 2024 poz. 721, 1572, 1907).

8173 osób (według stanu na 2021 r.)¹³. W skład gminy wchodzi dziesięć sołectw, w tym Karpie, Piotrowice, Wilkocin, Wysoka, Jakubowo Lubińskie, Krępa, Ostaszów, Łęczce, Szklarki, Jędrzychówek oraz dwa przysiółki – Jakubowo-Węgielin i Łą kociny¹⁴.

Analiza struktury demograficznej wskazuje na stopniowe starzenie się populacji oraz umiarkowane procesy migracyjne. W podziale na grupy wiekowe, 62% mieszkańców znajduje się w wieku produkcyjnym, 17,3% w wieku przedprodukcyjnym, natomiast 20,7% stanowią osoby w wieku poprodukcyjnym¹⁵.

Pomimo strategicznego położenia przy drodze krajowej nr 12 oraz obecności w strukturach Zagłębia Miedziowego, gmina Przemków nie odnotowuje dynamicznego wzrostu gospodarczego. Czynniki te wpływają na sytuację na lokalnym rynku pracy oraz poziom migracji. Gospodarka gminy opiera się przede wszystkim na sektorze usług, drobnej przedsiębiorczości oraz rolnictwie, co determinuje jej specyficzny proces rozwoju¹⁶. Istotnym elementem wpływającym na funkcjonowanie gminy jest również Przemkowski Park Krajobrazowy, który stwarza potencjał do rozwoju turystyki i ekoturystyki oraz impuls dla lokalnej gospodarki¹⁷.

W kontekście komunikacji politycznej Przemków stanowi przykład lokalnej społeczności, w której relacje między przedstawicielami władz a mieszkańcami odgrywają kluczową rolę w procesie wyborczym. Kampanie wyborcze w gminie charakteryzują się dużym znaczeniem kontaktu bezpośredniego z wyborcą, co wynika zarówno z niewielkiej skali terytorialnej, jak i tradycyjnych form uczestnictwa obywateli w życiu politycznym.

Strategie komunikacji politycznej w kampanii 2024 r.

W kampaniach wyborczych do rad miejskich w 2024 r. widoczna była kontynuacja trendu stopniowego przenoszenia działań wyborczych do sfery internetowej. Wzrost znaczenia mediów społecznościowych, takich jak Facebook czy TikTok, stał się jednym z nadrzędnych elementów strategii komunikacyjnych kandydatów. Platformy te umożliwiły prowadzenie kampanii w sposób dynamiczny oraz

¹³ *Gmina Przemków w liczbach*, Polska w liczbach, https://www.polskawliczbach.pl/gmina_Przemkow#dane-demograficzne [dostęp: 2.03.2025].

¹⁴ *Przemków*, Serwis Samorządowy PAP, 2009, <https://samorzad.pap.pl/kategoria/archiwum/przemkow> [dostęp: 2.03.2003].

¹⁵ *Gmina Przemków w liczbach*, *op. cit.*

¹⁶ *Ibidem.*

¹⁷ *Przemkowski Park Krajobrazowy*, Wrzosowa Kraina, <https://wrzosowakraina.pl/wp-content/uploads/2019/06/mapa.pdf> [dostęp: 2.03.2025].

szybki, pozwalając na skuteczne docieranie do różnych grup wyborców¹⁸. Kandydaci wykorzystywali media cyfrowe do przedstawiania swoich programów, relacjonowania spotkań wyborczych oraz angażowania mieszkańców w interakcje, co zwiększało ich rozpoznawalność.

Mimo rosnącej roli Internetu w mniejszych miejscowościach, bezpośrednie spotkania z mieszkańcami wciąż pozostają najskuteczniejszą formą prowadzenia kampanii wyborczej. Tradycyjne metody, takie jak wizyty w sołectwach, lokalna prasa czy uczestnictwo w wydarzeniach lokalnych, odgrywają kluczową rolę w budowaniu relacji z wyborcami¹⁹. Dla wielu mieszkańców, szczególnie starszego pokolenia, osobisty kontakt z kandydatem stanowi istotny czynnik decydujący o oddaniu głosu. Spotkania bezpośrednie pozwalają na indywidualne przedstawienie postulatów, rozwiewanie wątpliwości oraz budowanie zaufania. Duży wpływ na sukces wyborczy w kameralnych społecznościach ma marketing szeptany²⁰.

Wciąż istotną rolę w kampanii odgrywają również tradycyjne materiały promocyjne, takie jak ulotki, plakaty oraz banery wyborcze. Podczas kampanii wyborczej na prezydenta Słupska w 2024 r. jeden z kandydatów Adam Treder, zaznaczył, iż: „korzystamy z mediów społecznościowych, ale preferujemy tradycyjne metody, czyli spotkanie na mieście z mieszkańcami oraz ulotki, żeby jak najszersze grono mieszkańców zapoznało się z naszą ofertą wyborczą”²¹. Jego stanowisko wskazuje na fakt, że mimo rosnącego znaczenia narzędzi cyfrowych, wielu polityków szczebla samorządowego w dalszym ciągu stosuje sprawdzone i bezpośrednie formy komunikacji.

Ważnym aspektem kampanii samorządowej są również powiązania kandydatów i komitetów z ogólnopolskimi partiami politycznymi. Jak zauważa profesor Joanna Smół, afiliacje partyjne mogą odgrywać znaczącą rolę w procesie wyborczym, jednak w niektórych przypadkach mogą również stanowić czynnik ograniczający skuteczność działań lokalnych polityków²². Z tego względu na szczeblu samo-

¹⁸ D. Batorski, K. Izdebski, *Media społecznościowe i wybory*, Fundacja im. Stefana Batorego, 2023, <https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2023/06/Media-spoecznościowe-i-wybory.pdf> [dostęp: 2.03.2025].

¹⁹ P. Pietrzak, *op. cit.*, s. 333–334.

²⁰ S. Bukowski, *Jak wygrać wybory?*, Pismo Samorządu Terytorialnego Wspólnota, 2023, <https://wspolnota.org.pl/news/jak-wygrac-wybory> [dostęp: 2.03.2025].

²¹ *Ulotki czy media społecznościowe? Samorządowcy oceniają skuteczność narzędzi kampanii wyborczej*, Radio Gdańsk, 2024, <https://radiogdansk.pl/audycje/samorzadowcy-oceniaja-skuteczność-narzędzi-kampanii-wyborczej/> [dostęp: 2.03.2025].

²² B. Święcicka, *Wybory samorządowe 2024. Prawdziwy język kampanii samorządowych*, Gazeta Prawna, 2024, <https://serwisy.gazetaprawna.pl/samorzad/artykuly/9475293,wybory-samorzadowe-2024-prawdziwy-jezyk-kampanii-samorzadowych.html> [dostęp: 2.03.2025].

rządowym decydujące znaczenie powinny mieć kwestie bezpośrednio związane z potrzebami mieszkańców oraz rozwojem lokalnej społeczności, a nie dominacja partyjnych narracji i ideologicznych sporów.

Kandydaci do organów samorządowych wykorzystują różnorodne narzędzia komunikacyjne, łącząc tradycyjne spotkania z mieszkańcami z nowoczesnymi metodami, takimi jak media społecznościowe. Proces wyborczy w Przemkowie, podobnie jak w innych samorządach tej wielkości, opierał się na bliskich relacjach kandydatów z elektoratem.

W kampanii wyborczej do Rady Miejskiej w Przemkowie w 2024 r. ukształtowało się 10 komitetów wyborczych, w tym trzy znaczące w kontekście urzędu burmistrza (KWW Jerzego Szczupaka, KWW Nasz Wspólny Przemków oraz KWW Razem dla Przemkowa)²³. Priorytetowym elementem kampanii dla tych trzech komitetów było spełnienie wymogu rejestracji list kandydatów na radnych w co najmniej połowie okręgów wyborczych²⁴.

Największy komitet wyborczy, KWW Jerzego Szczupaka, związany z urzędującym burmistrzem od 2014 r., zarejestrował 14 kandydatów na radnych²⁵, przyjmując zróżnicowaną strategię doboru przedstawicieli. Lista obejmowała zarówno doświadczonych samorządowców, jak i debiutujących kandydatów, co miało na celu połączenie kontynuacji działań z nową perspektywą. W szczególności warto zauważyć obecność najmłodszego kandydata w wyborach (21 lat)²⁶, startującego w okręgu o przeważająco starszym elektoracie, co mogło stanowić próbę odświeżenia wizerunku komitetu i poszerzenia jego elektoratu.

Program komitetu opierał się na kontynuacji dotychczasowych inwestycji infrastrukturalnych, przywróceniu połączeń kolejowych, rozwoju turystyki opartej na walorach Przemkowskiego Parku Krajobrazowego oraz reaktywacji miejskiego kąpieliska. Wśród głównych postulatów znalazły się także remonty świetlic wiejskich, szkół oraz rewitalizacja parku miejskiego. Ważnym elementem programu było również wprowadzenie budżetu obywatelskiego²⁷.

Znaczącym elementem kampanii komitetu była funkcja pełniona przez urzędującego burmistrza. Wsparcie włodarza miasta, który z sukcesem prowadził

²³ Wyszukiwarka Kandydatów, PKW, 2024, https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorzad2024/pl/kandydaci?elections=rada_gminy®ion=21605 [dostęp: 5.03.2025].

²⁴ Art. 478 §2. Ustawy z dnia 5 stycznia 2011 r. – *Kodeks wyborczy* (Dz.U. 2023 poz. 2408, z 2024 poz. 721, 1572, 1907).

²⁵ K. Rososzko, *Program wyborczy liczy 20 punktów Szczupak powalczy o reelekcję*, miedziowe.pl, 2024, <https://miedziowe.pl/content/view/112392/81/> [dostęp: 5.03.2025].

²⁶ Wyszukiwarka Kandydatów, PKW, 2024, https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorzad2024/pl/kandydaci?elections=rada_gminy®ion=21605 [dostęp: 5.03.2025].

²⁷ K. Rososzko, *op. cit.*

gminę od dwóch kadencji, miało szczególny wpływ w okręgach zamieszkałych przez starszą część wyborców. Postrzegane było to jako gwarancja kontynuacji dalszych inwestycji oraz stabilności gminy.

Niektóre obietnice wyborcze opierały się na projektach już rozpoczętych lub zaplanowanych do realizacji, takich jak rewitalizacja parku miejskiego²⁸ czy budowa żłobka²⁹. Oprócz głównego programu, poszczególni kandydaci opracowali własne propozycje dostosowane do potrzeb swoich okręgów m.in. Szymon Lewandowski jako doświadczony samorządowiec podkreślał konieczność inwestycji w infrastrukturę drogową w swoim okręgu³⁰, natomiast Omar Lekhchine, najmłodszy kandydat, koncentrował się na inicjatywach skierowanych do młodzieży, w tym wprowadzeniu stypendiów dla najzdolniejszych uczniów³¹ czy utworzeniu Młodzieżowej Rady Miasta.

Strategia kampanijna komitetu opierała się przede wszystkim na bezpośrednim kontakcie z wyborcami, realizowanym poprzez metodę *door-to-door* we wszystkich okręgach. Szczególny nacisk położono na osobiste spotkania z mieszkańcami m.in. w każdym sołectwie oraz dystrybucję materiałów wyborczych (ulotki, banery), w tym spersonalizowanych listów dostosowanych do specyfiki poszczególnych okręgów. Tradycyjne formy komunikacji zostały uzupełnione działaniami w mediach społecznościowych, gdzie kluczową rolę odgrywał oficjalny profil komitetu na Facebooku. Platforma ta pełniła funkcję głównego kanału informacyjnego, umożliwiającego prezentację programu wyborczego oraz sylwetek poszczególnych kandydatów na radnych. W rezultacie KWW Jerzego Szczupaka uzyskał reprezentację w postaci 7 radnych w 15-osobowym składzie rady miejskiej³².

Drugim co do wielkości komitetem w wyborach był KWW Razem dla Przemkowa, związany z Mateuszem Robakowskim, który zgłosił 12 kandydatów na radnych³³. Główne założenia programowe komitetu koncentrowały się na wy-

²⁸ Zgodnie z zamówieniami publicznymi na stronie urzędu miejskiego w Przemkowie z 2023 r., złożono zamówienie pt. „Rewitalizacja zabytkowego Parku Miejskiego w Przemkowie”. Zob. *Zamówienia publiczne*, BIP Urząd Miejski w Przemkowie, 2023, <https://umprzemkow.ssdiip.bip.gov.pl/publiccontracts/view/45960> [dostęp: 5.03.2025].

²⁹ W budżecie na 2024 r. zaplanowano uruchomienie żłobka. Zob. „Więści Przemkowskie” 2023, nr 4, s. 3, https://przemkow.pl/wp-content/uploads/2023/12/Wiesci_Przemkowskie_grudzien_2023.pdf [dostęp: 5.03.2025].

³⁰ Ulotka wyborcza Szymona Lewandowskiego, KWW Jerzego Szczupaka.

³¹ Ulotka wyborcza Omara Lekhchine, KWW Jerzego Szczupaka.

³² *Tak prezentują się wyniki głosowania do rady miasta i na burmistrza w gm. Przemków w wyborach 2024*, Naszemiasto.pl, 2024, <https://przemkow.naszemiasto.pl/tak-prezentuja-sie-wyniki-glosowania-do-rady-miasta-i-na-burmistrza-w-gm-przemkowy-w-wyborach-2024/ar/c1p1-26186177> [dostęp: 7.03.2025].

³³ *Komitet Wyborczy Wyborców Razem Dla Przemkowa*, PKW, 2024, https://samorząd2024.pkw.gov.pl/samorząd2024/en/komitet/39874?elections=rada_gminy [dostęp: 7.03.2025].

korzystaniu potencjału turystycznego gminy, ze szczególnym uwzględnieniem walorów przyrodniczych Przemkowskiego Parku Krajobrazowego. Wśród znaczących postulatów znalazły się propozycje dotyczące rozwoju infrastruktury turystycznej, obejmujące budowę baz noclegowych i lokali gastronomicznych, co miało uczynić Przemków centrum turystyki regionalnej. Robakowski akcentował również potrzebę opracowania nowego planu zagospodarowania przestrzennego, budowy nowoczesnej hali sportowej, wsparcia rodzin opiekujących się dziećmi z niepełnosprawnościami oraz wdrożenia miejskiego systemu monitoringu. Dodatkowo w programie znalazły się postulaty związane z rozwojem sołectw, w tym rozbudowa sieci wodno-kanalizacyjnej oraz wprowadzenie bezpłatnej komunikacji miejskiej³⁴.

Pod względem strategii kampanijnej komitet stosował podobne metody jak pozostałe, opierając się na bezpośrednim kontakcie z mieszkańcami, dystrybucji ulotek oraz wykorzystaniu banerów wyborczych. Jednakże w relacji do komitetów o większym zasięgu działania, jego aktywność cechowała się ograniczonym zasięgiem oraz mniejszą siłą oddziaływania. Przełożyło się to na uzyskanie jednego mandatu w Radzie Miejskiej, który przypadł doświadczonemu radnemu i sołtysowi, wcześniej wywodzącemu się z otoczenia burmistrza Jerzego Szczupaka.

KWW Nasz Wspólny Przemków, kierowany przez Mariusza Kaczmarczyka, emerytowanego funkcjonariusza policji i ówczesnego radnego był kolejnym znaczącym komitetem w wyborach samorządowych, wystawiającym 11 kandydatów na radnych³⁵. Program ugrupowania obejmował szeroki zakres inicjatyw infrastrukturalnych i społecznych, takich jak budowa ścieżek rowerowych, reaktywacja kąpieliska miejskiego, modernizacja kina oraz rewitalizacja rynku poprzez remont kamienic³⁶. Istotnym elementem propozycji programowych było również wsparcie dla lokalnych przedsiębiorców oraz poprawa jakości usług publicznych³⁷.

Strategia komunikacyjna komitetu opierała się na połączeniu aktywności w mediach społecznościowych z bezpośrednimi spotkaniami w sołectwach, co umożliwiało dotarcie do mieszkańców o zróżnicowanych oczekiwaniach i potrzebach. Przewodnym kanałem komunikacji był profil komitetu na Facebooku, gdzie

³⁴ K. Rososzko, *Kampania wyborcza nabiera rumieńców. Czterech kandydatów na burmistrza Przemkowa*, miedziowe.pl, 2024, <https://miedziowe.pl/content/view/112694/81/> [dostęp: 7.03.2025].

³⁵ Komitet Wyborczy Wyborców Nasz Wspólny Przemków, PKW, 2024, <https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorzad2024/pl/komitet/37998> [dostęp: 7.03.2025].

³⁶ K. Rososzko, *op. cit.*

³⁷ KWW Nasz Wspólny Przemków, *Przemków- Kandydat na Burmistrza -Mariusz Kaczmarczyk-2024*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=GKneXdtcQLQ> [dostęp: 7.03.2025].

regularnie publikowano materiały wyborcze, w tym nagrania przedstawiające działania kandydata na burmistrza oraz przyszłych radnych. Częsta emisja materiałów wideo stanowiła jeden z najważniejszych elementów strategii promocyjnej, wzmacniając rozpoznawalność komitetu i budując jego wizerunek wśród wyborców. Za opracowanie strategii komitetu odpowiadał doświadczony działacz samorządowy Tomasz Kuncik,³⁸ były radny oraz kandydat do organu stanowiącego, który po dziesięcioletniej przerwie powrócił do aktywności w życiu politycznym na szczeblu lokalnym. W przeszłości był powiązany z byłym burmistrzem Przemkowa, Stanisławem Pępkowskim. Jego wieloletnie doświadczenie oraz umiejętność efektywnego wykorzystania mediów społecznościowych znacząco wpłynęły na kształt i skuteczność kampanii wyborczej komitetu. KWW Mariusza Kaczmarczyka stanowił największy opozycyjny blok wobec urzędującego burmistrza.

W wyborach zdecydowane zwycięstwo w I turze odniósł urzędujący burmistrz Jerzy Szczupak, uzyskując 61,33% poparcia, co przełożyło się na 1894 głosów. Jego komitet wprowadził do rady miejskiej 7 radnych, co zapewniło mu znaczącą reprezentację w lokalnym samorządzie. Drugie miejsce zajął Mariusz Kaczmarczyk, zdobywając 18,39% głosów (568 głosów), co pozwoliło na objęcie mandatów przez dwóch przedstawicieli jego komitetu. Na trzeciej pozycji uplasował się Mateusz Robakowski z wynikiem 13,89% poparcia (429 głosy), uzyskując jeden mandat dla komitetu. Pozostałe mandaty podzieliły się w następujący sposób: dwa zdobył KWW Młynowo, natomiast po jednym KWW Inicjatywa Samorządowa³⁹, KWW Bloki Spółdzielcze oraz KWW Szkolna i Leśna. Frekwencja wyborcza wyniosła 50,22%, co oznacza, że spośród 6244 tysięcy uprawnionych do głosowania⁴⁰ swój głos oddało 3137 mieszkańców⁴¹.

³⁸ Radny w latach 2006–2010 oraz 2010–2014. Zob. E. Mazan, *Wybory Samorządowe w Gminie Przemków w 2006 roku*, [w:] *Rocznik Przemkowski 2006*, red. S. Dudra, P. Kuźmiak, Przemków 2007, s. 11; *Radni i Wójtowie w kadencji 2010–2014*, PKW, 2014, <https://kadencja.pkw.gov.pl/obs/pl/020000/021605.html> [dostęp: 7.03.2025].

³⁹ Dariusz Kurowski, kandydat z komitetu KWW Inicjatywa Samorządowa, uzyskał 45,17% poparcia w swoim okręgu wyborczym, co przełożyło się na 117 głosów, zapewniając mandat radnego w radzie miejskiej. Został jedynym przedstawicielem komitetu, w którym również Andrzej Wilczacki kandydował na burmistrza, uzyskując 6,38% poparcia (197 głosów). Zob. *Wyniki w okręgu wyborczym nr 15 w wyborach do Rady Miejskiej w Przemkowie*, PKW, 2024, https://samorząd2024.pkw.gov.pl/samorząd2024/pl/rada_gminy/okreg/21605/15 [dostęp: 7.03.2025]; *Wyniki w wyborach do Burmistrza Przemkowa*, PKW, 2024, <https://samorząd2024.pkw.gov.pl/samorząd2024/en/wbp/okregi/21605> [dostęp: 7.03.2025].

⁴⁰ *Frekwencja w wyborach Wójtów, Burmistrzów i Prezydentów Miast*, PKW, 2024, <https://samorząd2024.pkw.gov.pl/samorząd2024/pl/frekwencja/Koniec/gm/21605?elections=wbp> [dostęp: 7.03.2025].

⁴¹ K. Rososzko, *Rozstrzygnięcia w pierwszej turze. Jerzy Szczupak miażdży konkurencję, miedziove.pl*, 2024, <https://miedziove.pl/content/view/112940/81/> [dostęp: 7.03.2025].

Analiza wyników wskazuje, że strategia kampanijna komitetu Jerzego Szczupaka okazała się najbardziej skuteczna, co przyczyniło się do osiągnięcia sukcesu wyborczego. Głównymi elementami, które wpłynęły na ten wynik, były zarówno umiejętne połączenie tradycyjnych form prowadzenia kampanii, takich jak spotkania bezpośrednie z mieszkańcami i dystrybucja materiałów wyborczych, jak i skuteczne wykorzystanie mediów społecznościowych jako narzędzia komunikacji politycznej.

Analiza porównawcza wyborów samorządowych w 2018 i 2024

Wybory samorządowe w Przemkowie w latach 2018 i 2024 ukazują zmiany w sposobie prowadzenia kampanii wyborczych. W 2018 r. dominowały tradycyjne metody komunikacji, takie jak dystrybucja ulotek oraz bezpośrednie spotkania z mieszkańcami. Kandydaci koncentrowali się głównie na działaniach terenowych, a kampanie prowadzone w Internecie miały charakter uzupełniający.

W 2024 r. nastąpiło wyraźne przesunięcie w kierunku strategii cyfrowych. Media społecznościowe, zwłaszcza Facebook, stały się głównym narzędziem komunikacji z wyborcami. Kandydaci wykorzystywali interaktywne treści, takie jak materiały wideo i grafiki informacyjne, które pozwalały na szybkie i skuteczne dotarcie do szerokiej grupy odbiorców.

Analiza wyników wyborów wskazuje na różnice w preferencjach wyborców między 2018 a 2024 r. W 2018 r. frekwencja wyborcza wynosiła 51,66%⁴², natomiast w 2024 r. odnotowano jej spadek do 50,22%⁴³.

W 2024 r. decydującymi czynnikami o poparciu dla kandydatów były nie tylko ich programy wyborcze, ale także sposób prowadzenia kampanii. Wyniki wyborów w 2024 r. w Przemkowie wskazują na znaczący spadek poparcia dla urzędującego burmistrza w porównaniu do wyborów z 2018 r.⁴⁴ W poprzednich wyborach uzyskał on 85,68% głosów, co przełożyło się na 2902 głosy⁴⁵, natomiast w 2024 r., pomimo zwycięstwa w I turze, jego poparcie spadło do

⁴² *Frekwencja końcowa*, PKW, 2018, <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/frekwencja/2110/021605#f1000000> [dostęp: 10.03.2025].

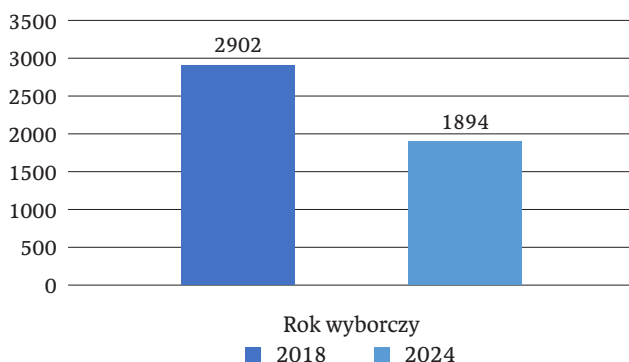
⁴³ *Frekwencja w wyborach Wójtów, Burmistrzów i Prezydentów Miast*, PKW, 2024, <https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorzad2024/pl/frekwencja/Koniec/gm/21605?elections=wbp> [dostęp: 10.03.2025].

⁴⁴ W 2018 r. jedynym kandydatem na urząd burmistrza był Jerzy Szczupak. Zob. *OBWIESZCZENIE Miejskiej Komisji Wyborczej w Przemkowie z dnia 4 października 2018 r.*, BIP Przemków, <https://umprzemkow.bip.gov.pl/articles/prnt/164650> [dostęp: 10.03.2025].

⁴⁵ *Wybory Samorządowe 2018*, PKW, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia/021605#results_vote_elect_mayor_round_1 [dostęp: 10.03.2025].

61,33% (1894 głosy)⁴⁶. Oznacza to utratę ponad 1000 głosów oraz zmniejszenie procentowego udziału w wyniku wyborczym o ponad 24 punkty procentowe.

Tendencja ta miała także odzwierciedlenie w składzie rady miejskiej. W 2018 r. komitet wspierający burmistrza uzyskał większość w radzie (11 radnych)⁴⁷, natomiast w 2024 r. liczba radnych wywodzących się z zaplecza Jerzego Szczupaka uległa zmniejszeniu. W nowej kadencji komitet wprowadził 7 radnych⁴⁸, co osłabiło jego pozycję i zmusiło do budowania koalicji w celu sprawnego zarządzania gminą.



Wykres 1. Porównanie wyników wyborów na urząd burmistrza Przemkowa w 2018 i 2024 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Wybory Samorządowe 2018*, PKW, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia/021605#results_vote_elect_mayor_round_1 [dostęp: 10.03.2025], *Wyniki w wyborach Burmistrza Przemkowa*, PKW, 2024, <https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorzad2024/pl/wbp/okregi/21605> [dostęp: 7.10.2025].

Na wykresie 1 zaprezentowano wyniki wyborcze na urząd burmistrza w Przemkowie. Spadek poparcia może wynikać z zmieniających się preferencji wyborców oraz z zaistnienia nowych aktorów na lokalnej scenie politycznej. Zwiększona aktywność komitetów wyborczych przyczyniła się do skutecznego pozyskania części elektoratu niezadowolonego z dotychczasowej polityki prowadzonej przez wóldarza gminy. Po dwóch kadencjach burmistrza, pewna część elektoratu mogła poszukać alternatywy. Również pomimo realizacji inwestycji i stabilnej polityki, mieszkańcy oczekiwali nowych rozwiązań i świeżego podejścia do zarządzania gminą. Jednak mimo wyraźnego spadku poparcia dla Jerzego Szczupaka, wynik

⁴⁶ *Wyniki w wyborach Burmistrza Przemkowa*, PKW, 2024, <https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorzad2024/pl/wbp/okregi/21605> [dostęp: 7.10.2025].

⁴⁷ *Rada Miejska w Przemkowie – Wynik wyborów*, PKW, 2018, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia/021605#results_elect_council [dostęp: 10.03.2025].

⁴⁸ *Wyniki w wyborach do Rad Gmin, Miast i Miejskich. Rada Miejska w Przemkowie*, PKW, 2024, https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorzad2024/pl/rada_gminy/okregi/21605 [dostęp: 10.03.2025].

z 2024 r. nadal pozwolił mu na zwycięstwo w I turze, co świadczy na utrzymującą się silną pozycję w lokalnej polityce. Jednak utrata poparcia została uwidoczniła nie w postaci samego burmistrza, tylko jego reprezentacji w radzie miejskiej.

Również analiza wieku radnych wybranych do Rady Miejskiej w Przemkowie wskazuje na tendencję obniżenia średniego wieku jej członków w porównaniu z poprzednią kadencją. Średnia wieku radnych w wyborach samorządowych w 2018 r. wynosiła 47,66 lat⁴⁹, natomiast w 2024 r. obniżyła się do poziomu 44,13 lat⁵⁰. Spadek średniego wieku o ponad trzy lata może świadczyć o rosnącym zaangażowaniu młodszych osób w działalność samorządową oraz o wzroście poparcia społecznego dla kandydatów reprezentujących nowe pokolenie. Może to również wskazywać na oczekiwania mieszkańców dotyczące nowej perspektywy w rozwiązywaniu lokalnych problemów oraz potrzebę zmiany pokoleniowej w strukturach władzy samorządowej.

Analiza wyników badania ankietowego wśród radnych (kadencja 2024–2029)

Głównym celem badania ankietowego było dokonanie oceny skuteczności strategii komunikacyjnych stosowanych w kampanii wyborczej oraz identyfikacja głównych czynników wpływających na sukces kandydatów w wyborach samorządowych 2024 r. Badanie przeprowadzono wśród 13 radnych Rady Miejskiej w Przemkowie wybranych na kadencję 2024–2029, a jego wyniki miały dostarczyć odpowiedzi na pytania dotyczące metod prowadzenia kampanii, roli mediów społecznościowych oraz determinant decydujących o poparciu wyborców.

Aby zapewnić rzetelność i wiarygodność wyników, ankieta została przeprowadzona w sposób anonimowy, a udział w niej był dobrowolny. Kwestionariusz składał się z 19 pytań, zarówno zamkniętych, jak i otwartych, obejmujących m.in.: ocenę skuteczności różnych form strategii kampanii wyborczej, wpływ poparcia ze strony komitetów i urzędującego burmistrza czy rolę mediów społecznościowych w pozyskiwaniu głosów. We wstępie do ankiety przedstawiono jej cel oraz informacje dotyczące sposobu wykorzystania uzyskanych wyników, a na zakończenie umieszczono podziękowanie za udział w badaniu.

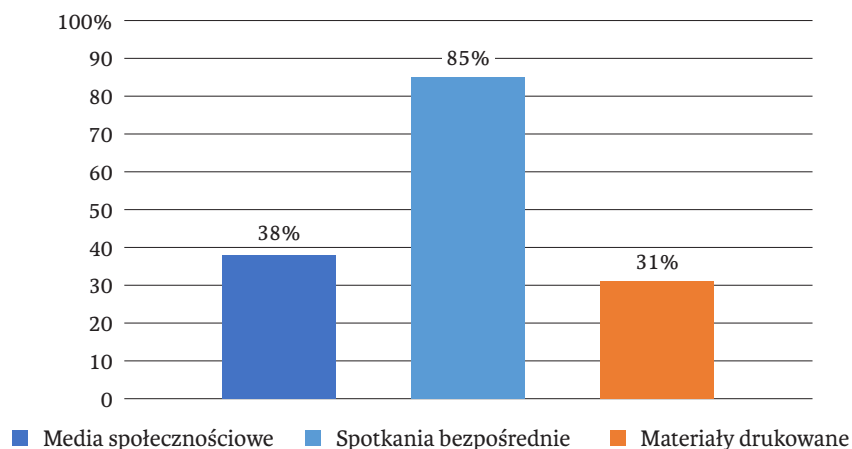
Wśród trzynastu radnych biorących udział w badaniu ankietowym, sześciu wywodziło się z komitetu wyborczego urzędującego burmistrza, po dwóch

⁴⁹ *Wybory Samorządowe 2018*, PKW, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia/021605#results_vote_elect_mayor_round_1 [dostęp: 10.03.2025].

⁵⁰ *Wyniki w wyborach...*, *op. cit.*

reprezentowało KWW Nasz Wspólny Przemków oraz KWW Młynowo, natomiast po jednym przedstawicielu KWW Szkolna i Leśna, KWW Inicjatywa Samorządowa oraz KWW Razem dla Przemkowa. Na pytanie: *Czy jest to Pana/Pani pierwsza kadencja jako radnej/radnego?* 54% respondentów udzieliło odpowiedzi twierdzącej, co wskazuje na znaczący udział osób debiutujących w działalności samorządowej w kadencji 2024–2029.

Następne pytanie brzmiało: *Jakie kanały komunikacyjne były głównie wykorzystywane podczas Pana/Pani kampanii wyborczej?* Respondenci mieli możliwość wyboru wielokrotnego. 69% badanych wskazało media społecznościowe, 100% spotkania bezpośrednie z mieszkańcami, 92% materiały drukowane, natomiast 15% debaty publiczne i wydarzenia lokalne.



Wykres 2. Odpowiedzi dotyczące wymienionych kanałów za najbardziej efektywne w dotarciu do wyborców

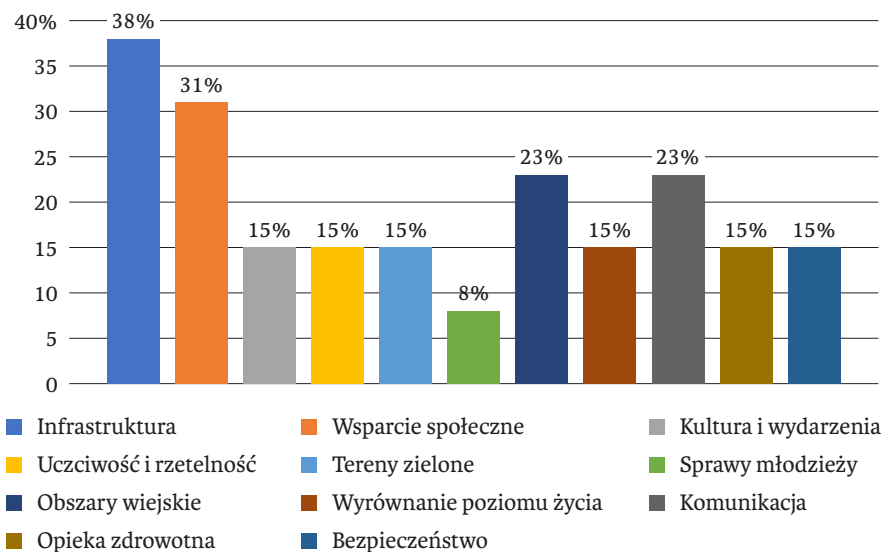
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Wykres 2 przedstawia odpowiedzi na pytanie: *Który z wymienionych kanałów komunikacyjnych okazał się najbardziej efektywny w dotarciu do wyborców?* Wyniki pokazują, że 85% radnych uznało za najskuteczniejsze bezpośrednie spotkania z mieszkańcami, 38% wskazało media społecznościowe, natomiast 31% – materiały drukowane. Dane te jednoznacznie podkreślają dominującą rolę interakcji osobistych w procesie pozyskiwania poparcia wyborczego.

Na pytanie: *Czy podczas kampanii korzystał/a Pan/Pani z profesjonalnego wsparcia w zakresie komunikacji wyborczej?* 62% respondentów zadeklarowało, że otrzymało wsparcie organizacyjne i komunikacyjne ze strony komitetu wyborczego, w ramach którego kandydowali. Z kolei 38% badanych wskazało, że

prowadziło działania komunikacyjne samodzielnie, bez udziału profesjonalnych doradców czy zespołów wspierających.

W ramach kolejnego pytania ankietowego respondenci zostali poproszeni o wskazanie głównych przekazów, które stanowiły oś ich kampanii wyborczej.



Wykres 3. Odpowiedzi dotyczące głównych przekazów wyborczych

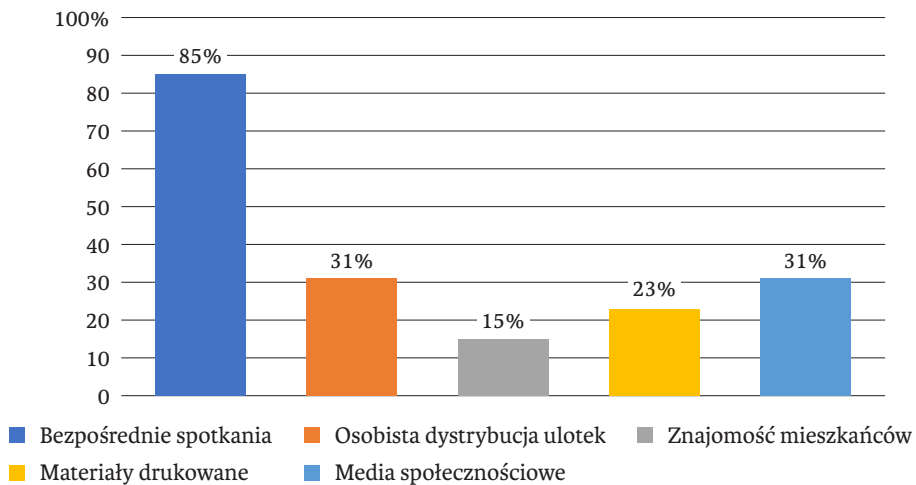
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Wyniki zaprezentowane na wykresie 3 wskazują na zróżnicowane priorytety komunikacyjne radnych. Najczęściej wybieranym obszarem była **infrastruktura drogowa**, ten aspekt wskazało **38% respondentów**. Na drugim miejscu znalazło się **wsparcie społeczne dla mieszkańców**, które zadeklarowało **31% badanych**. Po **15% odpowiedzi** przypadło kolejno na: **kulturę i udział w wydarzeniach lokalnych**, **rzetelność i uczciwość w sprawowaniu mandatu radnego**, **rozwój terenów zielonych**, **wyrównanie jakości życia pomiędzy miastem a wsią**, **opiekę zdrowotną**, a także **bezpieczeństwo publiczne**. **Sprawy młodzieżowe** wskazało **8% respondentów**, natomiast po **23% badanych** uznało za priorytet **rozwój obszarów wiejskich** oraz **komunikację transportową**.

Kolejne pytanie dotyczyło tylko radnych, którzy kandydowali z komitetu urzędującego burmistrza. Na pytanie: *Czy uważa Pan/Pani, że obecność w komitecie urzędującego burmistrza zwiększyła Pan/Pani szanse wyborcze?* połowa respondentów (50%) oceniła, że przynależność do komitetu prawdopodobnie przyczyniła się do wzrostu ich szans na uzyskanie mandatu, zaznaczając odpowiedź

raczej tak. Z kolei 17% badanych wskazało *zdecydowanie tak*, natomiast 33% ankietowanych udzieliło odpowiedzi *trudno powiedzieć*.

Kolejne zagadnienie dotyczyło: *Czy uważa Pan/Pani, że stosowane strategie komunikacyjne przełożyły się bezpośrednio na wynik wyborów?* 46% ankietowanych wskazało odpowiedź *raczej tak*, 38% *trudno powiedzieć*, a 15% *zdecydowanie tak*.



Wykres 4. Odpowiedzi dotyczące kluczowych elementów strategii komunikacyjnej dla osiągnięcia sukcesu wyborczego

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Na wykresie 4 przedstawiono wyniki odpowiedzi na pytanie: *Jakie elementy strategii komunikacyjnej uznaje Pan/Pani za kluczowe dla osiągnięcia sukcesu wyborczego?* Analiza danych wskazuje, że zdecydowana większość respondentów (85%) za najistotniejszy czynnik uznała bezpośrednie spotkania z mieszkańcami. Po 31% badanych wskazało na osobistą dystrybucję materiałów wyborczych, takich jak ulotki oraz aktywność w mediach społecznościowych. Z kolei 23% respondentów uznało tradycyjne materiały drukowane (plakaty, broszury) za istotne narzędzie kampanijne. 15% radnych podkreśliło znaczenie znajomości osobistej z mieszkańcami jako czynnika zwiększającego skuteczność kampanii.

Z przeprowadzonych badań wynika, że bezpośrednie spotkania z mieszkańcami okazały się najczęściej wskazywanym i jednocześnie najbardziej efektywnym elementem strategii komunikacyjnych. Media społecznościowe okazały się wsparciem, lecz nie dominantą. Oznacza to, że mimo rosnącego znaczenia kanałów cyfrowych pełnią one raczej funkcję wspomagającą wobec działań tradycyjnych.

Badania empiryczne potwierdzają, że w kampaniach lokalnych nadal dominują narzędzia tradycyjne, zwłaszcza osobisty kontakt z wyborcami, przy rosnącym, lecz nadal uzupełniającym, znaczeniu mediów społecznościowych. Jednocześnie skuteczność kampanii zależy nie tylko od zastosowanych narzędzi, ale również od dopasowania przekazu do oczekiwań społecznych oraz lokalnego kontekstu politycznego.

Podsumowanie

W artykule sformułowano następujący problem badawczy: Jakie strategie komunikacyjne stosowali kandydaci na radnych w wyborach samorządowych w Przemkowie w 2024 r. oraz jaki wpływ miały one na wynik wyborów w kontekście uzyskania mandatu radnego? Celem artykułu było zrozumienie, w jaki sposób różnorodne podejścia do kampanii wyborczej, w tym media społecznościowe oraz tradycyjne formy komunikacji wpłynęły na sukces wyborczy kandydatów.

W pracy przyjęto dwie hipotezy badawcze. Pierwsza zakładała, że w 2024 r. media społecznościowe odegrały dominującą rolę w komunikacji politycznej, podczas gdy w 2018 r. większe znaczenie miały tradycyjne formy kampanii. Z wyników badania ankietowego wynika, że hipoteza ta nie została potwierdzona. Media społecznościowe odgrywały istotną rolę w kampaniach wyborczych w 2024 r., to jednak spotkania bezpośrednie z wyborcami okazały się kluczowym elementem strategii komunikacyjnych. Wśród ankietowanych radnych, 38% wskazało na media społecznościowe jako najbardziej efektywne w dotarciu do wyborców. Z kolei 85% respondentów określiło spotkania bezpośrednie z mieszkańcami jako najbardziej efektywne narzędzie w strategii wyborczej. To tradycyjne formy kontaktu z wyborcami, wciąż pozostają niezbędne w skutecznej komunikacji politycznej, co wskazuje na brak pełnej dominacji mediów społecznościowych.

Druga hipoteza, zakładająca, że poparcie ze strony urzędującego burmistrza nie miało znaczącego wpływu na szanse kandydatów na zdobycie mandatu radnego, została potwierdzona. Obecność w Komitecie Burmistrza okazała się pomocna w przypadku części kandydatów (50% ankietowanych uznało, że poprawiło to ich szanse wyborcze). Rezultaty wyborów wskazują na przewagę Komitetu Burmistrza, jednak obecność przedstawicieli innych komitetów w organie stanowiącym świadczy o pluralizmie wyborczym i niejednorodnych oczekiwaniach społecznych. Wyniki wyborów z 2024 r. wskazują na pewne zmiany w strukturze politycznej gminy, w tym zmniejszenie liczby radnych z Komitetu Burmistrza (z 11 do 7). W porównaniu do 2018 r., zauważono również spadek poparcia dla burmistrza Jerzego Szczupaka, który uzyskał 61,33% głosów w 2024 r., co stanowiło spadek

o ponad 24 punkty procentowe w porównaniu do poprzednich wyborów, kiedy jego poparcie wynosiło 85,68%.

Podsumowując, wyniki badań ankietowych oraz analiza porównawcza wyborów z 2018 i 2024 r. wskazują, że zastosowanie nowoczesnych narzędzi komunikacji, takich jak media społecznościowe w połączeniu z tradycyjnymi metodami kontaktu z wyborcami, w tym spotkania bezpośrednie, miały istotny wpływ na wynik wyborów. Kampanie, które skutecznie łączyły te dwa podejścia, okazały się najbardziej efektywne.

Bibliografia

- Batorski D., Izdebski K., *Media społecznościowe i wybory*, Fundacja im. Stefana Batorego, 2023, <https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2023/06/Media-spolesznosciowe-i-wybory.pdf> [dostęp: 2.03.2025].
- Bukowski S., *Jak wygrać wybory?*, Pismo Samorządu Terytorialnego Wspólnota, 2023, <https://wspolnota.org.pl/news/jak-wygrac-wybory> [dostęp: 2.03.2025].
- Chmielewski T., Malinowski K., *Door-to-door jako instrument aktywizacji wyborców*, [w:] *Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*, red. M. Jeziński, Toruń 2004.
- Frekwencja końcowa*, PKW, 2018, <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/frekwencja/2110/021605#f1000000> [dostęp: 10.03.2025].
- Frekwencja w wyborach Wójtów, Burmistrzów i Prezydentów Miast*, PKW, 2024, <https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorząd2024/pl/frekwencja/Koniec/gm/21605?elections=wbp> [dostęp: 10.03.2025].
- Gmina Przemków w liczbach*, Polska w liczbach, https://www.polskawliczbach.pl/gmina_Przemkow#dane-demograficzne [dostęp: 2.03.2025].
- Komitet Wyborczy Wyborców Nasz Wspólny Przemków*, PKW, 2024, <https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorząd2024/pl/komitet/37998> [dostęp: 7.03.2025].
- Komitet Wyborczy Wyborców Razem Dla Przemkowa*, PKW, 2024, https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorząd2024/en/komitet/39874?elections=rada_gminy [dostęp: 7.03.2025].
- KWW Nasz Wspólny Przemków, Przemków- Kandydat na Burmistrza -Mariusz Kaczmarczyk-2024*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=GKneXdtcqLQ> [dostęp: 7.03.2025].
- Łosiewicz M., Ryłko-Kurpiewska A., *Reklama zewnętrzna jako narzędzie komunikacji politycznej w wyborach samorządowych w Polsce*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2019, nr 2.
- Łukasik-Turecka A., *Metoda door-to-door i jej zastosowanie przez lubelskich radnych w trakcie kampanii wyborczej do Rady Miasta w 2010 r.*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2013, nr 1.
- Marciniak E., *Komunikowanie polityczne w ujęciach interpretacyjnych*, „Studia Politologiczne” 2012, nr 25.
- Mazan E., *Wybory Samorządowe w Gminie Przemków w 2006 roku*, [w:] *Rocznik Przemkowski 2006*, red. S. Dudra, P. Kuźmiak, Przemków 2007.
- OBWIESZCZENIE Miejskiej Komisji Wyborczej w Przemkowie z dnia 4 października 2018 r.*, BIP Przemków, <https://umprzemkow.bip.gov.pl/articles/prnt/164650> [dostęp: 10.03.2025].

- Pietrzak P., *Strategia komunikacji samorządu gminnego. Studium przypadku gminy Słupno*, „Rocznik Towarzystwa Naukowego Płockiego” 2023, nr 15.
- Prezydent.pl, *Prezydent podpisał ustawę o przedłużeniu kadencji organów jednostek samorządu terytorialnego*, 2022, <https://www.prezydent.pl/aktualnosci/wydarzenia/prezydent-podpisał-ustawe-o-przedluzeniu-kadencji-organow-jednostek-samorządu-terytorialnego>, 61457 [dostęp: 24.02.2025].
- Przemkowski Park Krajobrazowy*, Wrzosowa Kraina, <https://wrzosowakraina.pl/wp-content/uploads/2019/06/mapa.pdf> [dostęp: 2.03.2025].
- Przemków*, Serwis Samorządowy PAP, 2009, <https://samorząd.pap.pl/kategoria/archiwum/przemkow> [dostęp: 2.03.2003].
- Rada Miejska w Przemkowie – Wynik wyborów, PKW*, 2018, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia/021605#results_elect_council [dostęp: 10.03.2025].
- Radni i Wójtowie w kadencji 2010-2014, PKW*, 2014, <https://kadencja.pkw.gov.pl/obs/pl/020000/021605.html> [dostęp: 7.03.2025].
- Rososzko K., *Kampania wyborcza nabiera rumieńców. Czterech kandydatów na burmistrza Przemkowa*, miedziowe.pl, 2024, <https://miedziowe.pl/content/view/112694/81/> [dostęp: 7.03.2025].
- Rososzko K., *Program wyborczy liczy 20 punktów Szczupak powalczy o reelekcję*, miedziowe.pl, 2024, <https://miedziowe.pl/content/view/112392/81/> [dostęp: 5.03.2025].
- Rososzko K., *Rozstrzygnięcia w pierwszej turze. Jerzy Szczupak miażdży konkurencję*, miedziowe.pl, 2024, <https://miedziowe.pl/content/view/112940/81/> [dostęp: 7.03.2025].
- Święcicka B., *Wybory samorządowe 2024. Prawdziwy język kampanii samorządowych*, Gazeta Prawna, 2024, <https://serwisy.gazetaprawna.pl/samorząd/artykuly/9475293,wybory-samorządowe-2024-prawdziwy-jezyk-kampanii-samorządowych.html> [dostęp: 2.03.2025].
- Tak prezentują się wyniki głosowania do rady miasta i na burmistrza w gm Przemków w wyborach 2024*, Naszemiasto.pl, 2024, <https://przemkow.naszemiasto.pl/tak-prezentuja-sie-wyniki-glosowania-do-rady-miasta-i-na-burmistrza-w-gm-przemkowy-w-wyborach-2024/ar/c1p1-26186177> [dostęp: 7.03.2025].
- Ulotki czy media społecznościowe? Samorządowcy oceniają skuteczność narzędzi kampanii wyborczej*, Radio Gdańsk, 2024, <https://radiogdansk.pl/audycje/samorządowcy-oceniaja-skutecznośc-narzedzi-kampanii-wyborczej/> [dostęp: 2.03.2025].
- Ustawa z dnia 11 stycznia 2018 r. o zmianie niektórych ustaw w celu zwiększenia udziału obywateli w procesie wybierania, funkcjonowania i kontrolowania niektórych organów publicznych (Dz.U. 2018 poz. 130).
- Ustawa z dnia 29 września 2022 r. o przedłużeniu kadencji organów jednostek samorządu terytorialnego (Dz.U. 2022 poz. 2418).
- Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy (Dz.U. 2023 poz. 2408, z 2024 r. poz. 721, 1572, 1907).
- Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz.U. 2024 poz. 1465, 1572, 1907, 1940).
- „Wieści Przemkowskie” 2023, nr 4, https://przemkow.pl/wp-content/uploads/2023/12/Wieści_Przemkowskie_grudzien_2023.pdf [dostęp: 5.03.2025].
- Wybory Samorządowe 2018, PKW*, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia/021605#results_vote_elect_mayor_round_1 [dostęp: 10.03.2025].
- Wyniki w okręgu wyborczym nr 15 w wyborach do Rady Miejskiej w Przemkowie, PKW*, 2024, https://samorząd2024.pkw.gov.pl/samorząd2024/pl/rada_gminy/okreg/21605/15 [dostęp: 7.03.2025].

- Wyniki w wyborach Burmistrza Przemkowa*, PKW, 2024, <https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorzad2024/pl/wbp/okregi/21605> [dostęp: 7.10.2025].
- Wyniki w wyborach do Rad Gmin, Miast i Miejskich. Rada Miejska w Przemkowie*, PKW, 2024, https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorzad2024/pl/rada_gminy/okregi/21605 [dostęp: 10.03.2025].
- Wyszukiwarka Kandydatów*, PKW, 2024, https://samorzad2024.pkw.gov.pl/samorzad2024/pl/kandydaci?elections=rada_gminy®ion=21605 [dostęp: 5.03.2025].
- Zamówienia publiczne*, BIP Urząd Miejski w Przemkowie, 2023, <https://umprzemkow.ssdip.bip.gov.pl/publiccontracts/view/45960> [dostęp: 5.03.2025].
- Zaufanie społeczne*, Komunikat z badań CBOS nr 40/2024, Warszawa 2024, s. 9, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2024/K_040_24.PDF [dostęp: 24.02.2025].

Strategie komunikacji politycznej w kampanii wyborczej do rady miejskiej w 2024 r. Studium przypadku w Przemkowie

Abstrakt: Niniejszy artykuł ma na celu analizę strategii komunikacyjnych stosowanych przez kandydatów w wyborach samorządowych do Rady Miejskiej w Przemkowie w 2024 r. oraz ich wpływ na wyniki wyborcze. Celem badania było zrozumienie, w jaki sposób kampanie wyborcze były prowadzone, które kanały komunikacji okazały się najskuteczniejsze oraz jakie czynniki miały kluczowe znaczenie w sukcesie wyborczym kandydatów. W pracy zaprezentowano również porównanie z wynikami wyborów z 2018 r., aby zidentyfikować zmiany w preferencjach wyborczych oraz ewolucję strategii komunikacyjnych. Aby zweryfikować postawione hipotezy w artykule, przeprowadzono badanie ankietowe wśród radnych wybranych na kadencję 2024–2029. Analiza wyników ankiety pozwoliła na ocenę skuteczności strategii komunikacyjnych oraz identyfikację czynników, które miały istotne znaczenie w osiągnięciu sukcesu wyborczego.

Słowa kluczowe: strategia, komunikacja polityczna, wybory samorządowe, gmina Przemków

Political communication strategies in the 2024 city council election campaign. A case study in Przemków

Abstract: This article aims to analyze the communication strategies used by candidates in the 2024 municipal elections for the Przemków City Council and their impact on election results. The aim of the study was to understand how election campaigns were conducted, which communication channels proved most effective, and what factors were crucial to the electoral success of the candidates. The study also presented a comparison with the 2018 election results to identify changes in voter preferences and the evolution of communication strategies. To verify the hypotheses set forth in the paper, a survey was conducted among councilors elected for the 2024–2029 term. Analysis of the survey results made it possible to assess the effectiveness of communication strategies and identify the factors that were crucial to electoral success.

Keywords: strategy, political communication, local elections, Przemków Municipality