

Politeja

Nr 5(80), 2022, s. 21-35

<https://doi.org/10.12797/Politeja.19.2022.80.02>

Licencja: CC BY-NC-ND 4.0

Agnieszka KASIŃSKA 

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

agnieszkakasinska-metryka@ujk.edu.pl

EWOLUCJA PRZYWÓDZTWA POLITYCZNEGO OD UJĘCIA TRADYCYJNEGO DO NEOPRZYWÓDZTWA

ABSTRACT Evolution of Political Leadership: From the Traditional Approach to Neo-leadership

Political leadership seems to be one of the fundamental concepts of the social sciences. The crisis of liberal democracy has brought numerous changes in the relationship between the leader and the followers. Crises have affected many areas: social trust, political communication, political elites, the economy and so on. With the emergence of new populisms, a new paradigm of new leadership has also appeared. When analyzed in evolutionary terms, we can identify traditional leadership (in the era before the mediatization of politics), marketing leadership (1980s and 1990s), and neo-leadership based on modern propaganda and associative communication.

Keywords: political leadership, evolution of leadership, new leadership

Słowa kluczowe: przywództwo polityczne, ewolucja przywództwa, neo-przywództwo

Fenomen przywództwa politycznego od zawsze koncentrował uwagę zarówno aktorów politycznych aspirujących do roli liderów, jak i teoretyków chcących znaleźć odpowiedź na fundamentalne pytanie: co sprawia, że jednostka jest w stanie pociągnąć za sobą tłumy? W literaturze przedmiotu niczym mantra pojawia się stwierdzenie, że istota przywództwa, jakkolwiek kluczowa dla nauk społecznych, nadal jest niewystarczająco rozpoznana i opisana. W ten sposób przywództwo lokuje się jako kategorię na poły mistyczną, trudną do deskrypcji za pomocą krytycznego aparatu naukowego.

Takiej opinii zdają się przeczyć aktualny stan badań nad przywództwem politycznym i rosnąca liczba publikacji na jego temat. Wiele z nich ma charakter interdyscyplinarny, odnoszący się – oprócz politologii i socjologii – także do psychologii czy historii. Obok klasycznych już opracowań, takich jak *The Oxford Handbook of Political Leadership*¹ czy *The SAGE Handbook of Leadership*², można wskazać znaczną liczbę nowości na rodzimym rynku wydawniczym, które analizują przywództwo w sposób uszczegółowiony (w aspektach teoretycznych lub praktycznych, np. przywództwo partyjne, problemy kadencyjności, mediatyzacja, celebrytyzacja)³.

Jak wspomniano, widoczna jest tendencja do interdyscyplinarnego traktowania fenomenu przywództwa, co poszerza przestrzeń obserwacji zjawiska, ale może także rodzić zagrożenia, przede wszystkim w postaci symplifikacji przywództwa i próby zamknięcia jego fenomenu w formie podręcznika na temat „jak zostać liderem”, często z enumeratywnym wskazaniem zasad prowadzących „od zera do lidera”. Tak tworzy się fałszywe przekonanie o istnieniu swoistego algorytmu przywództwa, czyli zbioru cech, kompetencji, nabytych umiejętności, które sprawiają, że jednostka staje się liderem.

Kolejnym nadużyciem jest zrównywanie przywództwa politycznego z managementem. W rzeczywistości przywódca i menadżer różnią się zarówno w zakresie celów, kompetencji, roli w systemie, jak i odpowiedzialności. Wystarczy odnotować, że od lidera oczekuje się wizji (nawet ryzykownej), skupienia uwagi na ludziach, wyznaczenia celu i działań w kierunku jego realizacji. Z kolei menadżer nie musi być wizjonerem, lecz wyposażonym w wiedzę koordynatorem działań innych, skupionym na zadaniach, eliminującym ryzyko i organizującym innym pracę.

Należy wszakże podkreślić, że niezmiennie prawdziwe pozostaje stwierdzenie, iż w przypadku przywództwa – w odróżnieniu od innych obiektów i zjawisk społecznych – badacze nie mają bezpośredniego „dostępu” do przedmiotu swoich analiz. Trudno bowiem uznać za taki wywiady z liderami czy ich biografie. Te ostatnie z racji swojego charakteru obciążone są jako źródła możliwym brakiem obiektywizmu autora, a biografie oparte na wywiadach – próbą autokreacji samego przywódcy.

¹ *The Oxford Handbook of Political Leadership*, red. R.A.W. Rhodes, P. 't Hart, Oxford 2014.

² *The SAGE Handbook of Leadership*, red. A. Bryman [i in.], London 2011.

³ Zob. m.in. A. Kasińska-Metryka, *Proces kreacji przywódcy politycznego. Od ujęcia tradycyjnego do współczesnego*, Kielce 2012; M. Hartliński, *Przywództwo partyjne w Polsce*, Toruń 2011; F. Pierchalski, *Morfogeneza przywództwa politycznego. Pomiedzy strukturą a podmiotowością sprawczą*, Bydgoszcz 2013; P. Żukiewicz, *Przywództwo labilne. Mechanizm powrotu do władzy w świetle teorii przywództwa politycznego*, Wrocław–Poznań 2012.

Chcąc zatem zrozumieć przywództwo, trzeba skoncentrować się na badaniu elementów je konstytuujących oraz badaniu otoczenia, w którym ono funkcjonuje. Kontekstualność przywództwa jest jego niezwykle ważnym wyznacznikiem – nie istnieje bowiem wyabstrahowany algorytm opisujący przywództwo *per se*. Skuteczność przewodzenia, sposób komunikacji z otoczeniem, cele zakładane w ramach relacji lider-otoczenie zawsze osadzone są *hic et nunc*. Najbardziej znani w historii wodzowie zapewne nie byłoby takimi w czasach współczesnych, podobnie jak obecni liderzy nie mieliby odpowiednich kompetencji do prowadzenia zwycięskich bitew czy przewodzenia rewolucjom.

Podjęta refleksja ma na celu przedstawienie kierunku ewoluowania modeli przywództwa w warunkach demokracji liberalnej i w czasach jej kryzysu, stanowi także propozycję teoretycznego określenia ram tzw. neoprzywództwa⁴. Kategoria ta nie jest jeszcze szeroko rozpowszechniona w literaturze przedmiotu, a zatem warta popularyzacji wobec obserwowanych intensywnych przeobrażeń samego zjawiska przewodzenia.

Punktem wyjściowym badań o charakterze teoretycznym było postawienie pytania o to, w jaki sposób seria kryzysów, które dotknęły demokrację liberalną (m.in. kryzys zaufania, kryzys elit, kryzys komunikacji, kryzys ekonomiczny), wpłynęła na pożądaną obraz lidera. To właśnie erozja wartości konstytuujących demokrację liberalną doprowadziła do jej przeobrażeń – zarówno instytucjonalnych, jak i personalnych – w wielu państwach Europy oraz w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej. Jeśli przyjmujemy, że lider pozostaje emanacją społeczeństwa, dojście do władzy przywódców nowego typu stanowi potwierdzenie zmian zachodzących w obrębie samych społeczeństw. Jako wiodącą determinantę tych przeobrażeń można wskazać zjawisko populizmu, a bardziej precyzyjnie – całego spektrum nowych populizmów (m.in. populizmy prawicowe, technopopulizm, cyberpopulizm). Szukając ich wspólnego mianownika, można za Takisem S. Pappasem wskazać cztery cechy dystynktywne: koncentrację wokół charzmatycznego przywódcy, nieustanną polaryzację społeczeństwa oraz zawłaszczanie państwa przez lojalistów przy jednoczesnej erozji liberalizmu i wykorzystywaniu państwowego mecenatu przez populistów⁵.

Przyjęta hipoteza badawcza zakłada, że po okresie przywództwa ukierunkowanego rynkowo (tj. zdeterminowanego przez marketing polityczny) nastąpiła fala nowych populizmów, które wykreowały odmienny od dotychczasowych typ lidera. Brak społecznego poczucia bezpieczeństwa (problem uchodźców), niestabilność gospodarcza (kryzys ekonomiczny), a wreszcie zagrożenie pandemiczne COVID-19 sprawiły, że tradycyjne wartości demokracji, takie jak równość, wolność czy solidaryzm, zaczęły być odczytywane w odmiennych kontekstach. Liczba i intensywność doświadczanych zjawisk wymagały uporządkowania, nazwania i wskazania środków zaradczych. W ten sposób ukształtowało się podglebie dla liderów populistycznych. Liderów

⁴ W wersji anglojęzycznej taka propozycja została przez autorkę wprowadzona do literatury przedmiotu w pierwszym rozdziale (*Neoleadership Paradigm*) publikacji *The Future of Political Leadership in the Digital Age. Neo-Leadership, Image and Influence*, red. A. Kasińska-Metryka, T. Gajewski, Abingdon 2020.

⁵ T.S. Pappas, *Populists in Power*, „Journal of Democracy” 2019, vol. 30, nr 2, s. 70-84.

komunikujących się ze zwolennikami „ponad” własnym zapleczem politycznym, a często także poza zasadami demokracji. Liderów, którzy zaproponowali nowy typ retoryki opartej na nowoczesnej, zmediatyzowanej propagandzie.

Na specyfikę komunikowania się populistów zwróciło uwagę wielu badaczy, m.in. Benjamin Moffitt⁶, który podkreśla szybko zmieniający się charakter populizmu oraz jego zależność od mediów kreujących styl polityczny realizowany w wielu kontekstach. Agnieszka Stępińska i Artur Lipiński podkreślają z kolei, że zjawisko populizmu rezonuje z tabloidyzacją mediów, która objawia się m.in. personalizacją polityki, emocjonalizacją przekazu i zmniejszonym udziałem ekspertów w materiałach dziennikarskich⁷.

To właśnie asocjacyjność komunikacji oraz erozja poprawności politycznej i zastąpienie jej „prostymi odpowiedziami na trudne pytania” zaważyły na DNA neoprzywódcztwa. Niezwykle interesujące jest zatem wskazanie, w jaki sposób pozornie antysystemowi liderzy⁸ zdobyli legitymację do rządzenia w wielu europejskich demokracjach (Francja, Holandia, Włochy, Hiszpania i inne) oraz jakimi cechami można opisać ich styl rządzenia.

Dla tak zdefiniowanego problemu badawczego konieczne było sięgnięcie po metodę komparatystyczną oraz metodę analizy treści. Metoda porównawcza pozwoliła na wskazanie różnic i podobieństw pomiędzy neoprzywódcami w poszczególnych państwach, ale przede wszystkim na porównanie ewolucji przywództwa w układzie linearnym. Druga z wymienionych metod posłużyła zaś do badań wystąpień medialnych polityków oraz treści ich programów.

Kluczową kwestią pozostaje wskazanie definicji przywództwa, która będzie na tyle uniwersalna, by mogła stanowić ramę dla analizy kolejnych jego modeli. W istniejących opracowaniach z dziedziny nauk społecznych dostępne są rozliczne propozycje definiowania przywództwa (rozumianego jako atrybuty, relacja, wpływ), teorie wskazujące na źródła przywództwa (m.in. *great man theory*) i jego typologie (w zależności od przyjętego kryterium, np. przywództwo polityczne, religijne, militarne, biznesowe). Wiele miejsca poświęca się również refleksji nad stylem przywództwa, który należy rozumieć jako powtarzalny i przewidywalny sposób rządzenia.

Ponieważ nie jest celem niniejszej pracy omawianie definicji i typologii po wielokroć przywoływanych w literaturze, wybrane zostały tylko koncepcje stanowiące kanwę własnych propozycji definicyjnych. Za taki koncept wyjściowy przyjęto stwierdzenie Ricky'ego W. Griffina, że przywództwo jest zarówno procesem, jak i właściwością⁹. Jakkolwiek przywołanego stwierdzenia nie można jeszcze uznać za kompleksową definicję przywództwa, to łączy ono w sobie cechy ujęcia atrybutywnego (odrzuconego w wariancie samoistnym ze względu na pasywną rolę otoczenia i ekspozycję jedynie cech

⁶ Zob. B. Moffitt, *The Global Rise of Populism. Performance, Political Style, and Representation*, Stanford 2016.

⁷ *Badania nad dyskursem populistycznym. Wybrane podejścia*, red. A. Stępińska, A. Lipiński, Poznań 2020, s. 35.

⁸ Więcej na temat współczesnego rozumienia antysystemowości zob. M. Kubàt, *Teoria partii antysystemowej*, „Politeja” 2007, nr 7, s. 219-236.

⁹ R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, przeł. M. Rusiński, Warszawa 2004.

osobowościowych lidera) oraz ujęcia procesualnego, które umieszcza fenomen przewodzenia w *continuum* czasowym. Można poszerzyć koncepcję Griffina i udowodnić, że przywództwo to właściwość, relacja i proces. Dlaczego tak istotna jest relacja? Otóż już na poziomie etymologicznym przewodzenie (ang. *lead*) wskazuje na jednoczesną obecność podmiotu i przedmiotu działania. Liderem jest tylko ten, kto zbuduje relację z osobami, które zechcą za nim podążać (w przeciwnym razie będzie „kapitanem bez statku”). Równie ważny pozostaje rezonans emocjonalny, budujący poczucie wspólnotowości pomiędzy liderem a jego zwolennikami. Z uwagi na właściwości (atrybuty) jednostki kreowana jest więc relacja, która staje się procesem ograniczonym czasowo (np. kadencyjnością).

Można zatem zaproponować **definiowanie przywództwa jako procesu społecznego opartego na relacji zwolenników z liderem, w danym czasie postrzeganym jako jednostka wyposażona we właściwości gwarantujące realizację pożądaných celów**. Podobnie jak w relacjach rynkowych, fundament opisywanej zależności stanowi mechanizm wymiany – zwolennicy podążają za liderem, dostarczając mu niezbędnego poparcia, a w zamian otrzymują obietnicę realizacji celów, którym przypisują pozytywne wartościowanie. W ustrojach demokratycznych czynnik legitymizujący przywództwo pochodzi z wyborów powszechnych, ale jak wiadomo, w przeszłości powoływano się również na umocowanie transcendentne, legitymację filozoficzną czy zwyczaj. Dokonując rozróżnienia przywództwa charyzmatycznego, tradycyjnego i legalnego, Max Weber opierał się na źródłach jego legitymacji, wskazując poniekąd kierunek ewolucji przywództwa¹⁰.

Powszechnie wiadomo, że początki przywództwa łączą się z formami organizacji wspólnot ludzi, którzy do realizacji swoich celów (np. usprawnienia polowań, poszukiwania miejsc do osiedlenia, rozsądzania sporów) potrzebowali jednostki decyzyjnej, przyjmującej na siebie odpowiedzialność za działania grupy. W niektórych pierwotnych wspólnotach plemiennych (m.in. w Ameryce Południowej czy na Syberii)¹¹ taką rolę odgrywali szamani – posiadając transcendentną legitymację, odpowiadali za kontakt z „innymi światami”, a jednocześnie organizowali bieżące funkcjonowanie danej społeczności. Szaman był zatem liderem religijnym, uzdrowicielem, przywódcą politycznym, ale także odpowiednikiem współczesnego filozofa czy poety. Charyzma wyróżniająca szamana stanowiła źródło jego legitymacji, siły, sprawczości. Weber analizował przywództwo charyzmatyczne, lecz z perspektywy współczesnej istotniejsze jest podkreślenie, jak dużej erozji uległ termin „charyzma” w porównaniu z jego źródłosłowem (gr. *charisma* – ‘rzadki dar’). Jak trafnie przypomina Mirosław Karwat, pojęcie charyzmy zrobiło współcześnie zawrotną karierę i chociaż charyzmatyków jest mniej niż kiedyś, to głód tego zjawiska nadal występuje¹² i prowadzi do powstawania m.in. takich oksymoronów jak „miękkka charyzma”.

¹⁰ M. Weber, *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, przeł. D. Lachowska, Warszawa 2002.

¹¹ Zob. A. Kasińska-Metryka, *Od szamana do kapłana. Ewolucja systemów religijnych w Ameryce Południowej*, Kraków 1996.

¹² M. Karwat, *Charyzma i pseudocharyzma*, [w:] *Przywództwo polityczne*, red. T. Bodio, Warszawa 2001.

Mając zatem świadomość nadużywania pojęcia charyzmy, można stwierdzić, że przywództwo klasyczne (tradycyjne) to takie, w którym predyspozycje osobowościowe jednostki, jej posiadane oraz nabyte kompetencje, umiejętność budowania relacji z otoczeniem motywują zwolenników do podążania za liderem. To lider wyznacza i wskazuje cele, do których dąży grupa. To lider objaśnia zjawiska i procesy polityczne, motywując do wysiłku i nieustawania na obranej drodze.

Historycznie przykładów tak definiowanego przywództwa należy szukać w okresie poprzedzającym mediatyzację polityki, przede wszystkim w okresie przemian systemowych. Rewolucje, transformacje czy głębokie reformy systemowe wymagały determinacji zarówno rządzących, jak i rządzonych, stąd spersonalizowane przywództwo oparte na osobowości lidera i czytelnym przekazie programowym. I chociaż mechanizmy propagandowe istniały – jak wskazują źródła – w każdej zorganizowanej wspólnocie ludzi, to skala ich wykorzystania, a nade wszystko zasięg oddziaływania były nieporównywalnie mniejsze. Rezerwując zatem charyzmę tylko dla nielicznych przypadków, możliwe jest przywołanie przykładów wielu liderów (także autorytarnych), którzy na przestrzeni dziejów porywali za sobą tłumy siłą osobowości i kreacją celów. Nie bez znaczenia pozostawało zaplecze intelektualno-wykonawcze lidera, które mogło znakomicie wzmacniać jego wizerunek i atrakcyjność, rozumianą jako zdolność przyciągania i zatrzymywania uwagi.

W tym miejscu warto przypomnieć użyteczne rozróżnienie dokonane przez Jamesa MacGregora Burnsa – wskazał on istnienie przywództwa transformacyjnego (zmieniającego postawę zwolenników) oraz transakcyjnego (zysk będący udziałem zarówno lidera, jak i zwolenników, czyli obydwu stron transakcji)¹³. Powyższa propozycja odpowiada ewolucyjnemu przejściu od przywództwa tradycyjnego (lider wskazuje cele i wpływa na zwolenników) do zorientowanego marketingowo („przywództwo urynkowane”).

Postępujący od lat 60. XX wieku gwałtowny rozwój marketingu politycznego zredefiniował narzędzia wykorzystywane do budowania relacji przywódca–zwolennicy. Dzięki rozwojowi mediów – najpierw tradycyjnych, później nowoczesnych – możliwe stało się dotarcie do większej grupy potencjalnych wyborców, natomiast profesjonalizacja sektora ekspertów od marketingu zredukowała „udział własny” kandydata na lidera w budowanym mu wizerunku. Jak wyliczono, na potrzeby profesjonalnej kampanii wyborczej należy zatrudnić specjalistów kilkudziesięciu (*sic!*) branż, żeby zoptymalizować szanse aktora politycznego na stanie się liderem. Specjalista do spraw komunikacji słownej, ekspert mowy ciała, wizażysta, spin doktor, specjalista do spraw pozyskiwania środków finansowych... Zadania profesjonalistów zatrudnionych podczas kampanii w okresie jej tzw. amerykańskiej można długo wyliczać. Taka dywersyfikacja zadań odbywała się kosztem merytorycznych aspektów kampanii – reklama wyborcza wypierała dyskurs, obecność w mediach zastępowała kontakty bezpośrednie, a eksperci zewnętrzni stali się bardziej pożądani niż własne zaplecze partyjne.

Paradoks polegał na tym, że często agencje reklamowe wynajmowane przez partie do kreacji kandydata zalecały jak najmniejszy udział aktora politycznego w budowaniu

¹³ J. MacGregor Burns, *Leadership*, New York 1978.

jego wizerunku, przekazu, programu politycznego. Urynkowienie polityki doprowadziło do sytuacji, w której polityk stawał się profesjonalnie przygotowanym produktem, a odbiorca nie miał gwarancji jego autentyczności. Zewnętrzne aspekty wizerunku (wygląd, mowa ciała, sposób komunikacji) poddawano zabiegom kreacyjnym, które można przyrównać do projektowania atrakcyjnego opakowania. Przeniesienie w relacjach przywódczych punktu ciężkości z lidera na *followersa* w celu rozpoznania jego potrzeb i zbudowania programu „skrojonego” pod potencjalnego wyborcę stało się możliwe również dzięki dynamicznemu rozwojowi ośrodków badania opinii publicznej. Konsolidacja demokracji sprawiła, że badania opinii obywateli znalazły się w kręgu zainteresowania polityków, dziennikarzy, ale także podmiotów komercyjnych. Od czasu powstania w USA Instytutu Gallupa (1935) udoskonalono przede wszystkim narzędzia badawcze, a funkcje opinii publicznej względem rządzących (w tym kontrolna) pozostały niezmiennie.

Wspomniane już ograniczenie roli aktywistów partyjnych, symplifikacja przekazu politycznego, zastąpienie debaty publicznej sloganami – to tylko część grzechów marketingu, na które zwracali uwagę badacze. Przywództwo zorientowane marketingowo sprowadza się zatem do redukcji czynnika osobowościowego na rzecz kreacji dokonywanej przez *image makers*. W ten sposób potwierdza się opinia sformułowana przez badaczy Jamesa M. Kouzesa i Barry’ego Z. Posnera, że przywództwo to obserwowalny i wyuczalny zestaw działań, a nie coś mistycznego, eterycznego, co nie może być zrozumiane przez zwykłych ludzi¹⁴.

Działania marketingu politycznego „odczarowały” przywództwo i dowiodły, że odpowiednio wykreowany polityk posiadający zaplecze finansowe oraz wsparcie eksperckie może zostać wybrany na lidera. To nie „duch epoki”, jak w tzw. teorii *Zeitgeist*, wynosi jednostkę na szczyt władzy, lecz marketingowa sprawność. Dokonujący się od lat 80. XX wieku rozwój nowych technologii i budowanie społeczeństwa na wzór sieci zdynamizowały przeobrażenia zachodzące w relacjach rządzący–rządzeni, odzierając przywództwo z otoczki misterium. Manuel Castells, autor *Spoleczeństwa sieci*, opisuje je jako współczesną organizację społeczną opartą na sieciach informacyjnych, wspieranych przez nowe technologie komunikacyjne¹⁵.

Nie ulega zatem wątpliwości, że to właśnie nowe technologie i ich dostępność przyczyniły się do zmiany paradygmatu przywództwa. Paradoksem jest jednak, jak daleko owa komunikacyjność w relacji lider–otoczenie odeszła od Habermasowskiej wizji demokracji deliberatywnej, w której uczestnicy w warunkach symetryczności mogą rozpoczynać i prowadzić dyskurs, formułować konstruktywne akty mowy oraz kwestionować lub akceptować roszczenia ważnościowe innych uczestników. Wraz z upowszechnieniem nowych technologii tradycyjnie rozumiany dyskurs polityczny został bowiem zmarginalizowany poprzez komunikowanie tabloidowe. Ważność treści zastąpiono ich atrakcyjnością (*infotainment*), *soft news* (informacje błahe, rozrywkowe) wyparły *hard news* (informacje doniosłe, poważne), a personalizacja polityki uczyniła

¹⁴ J.M. Kouzes, B.Z. Posner, *The Leadership Challenge*, New York 2006.

¹⁵ Za: *tamże*, s. 31.

atrakcyjnymi tych aktorów politycznych, którzy posiadają zdolność wyróżniania się z otoczenia i budzenia emocji¹⁶. Oprócz tabloidyzacji komunikowanie o polityce podlega także... depolityzacji. W praktyce oznacza to sytuację, w której np. o liderach politycznych mówi się poza kontekstem polityki jako takiej, a eksponowane są kwestie ich obyczajowości, życia rodzinnego itp.

Prawdziwe zmiany w relacjach przywódczych nadeszły w 2008 roku wraz z kryzysem, a właściwie serią kryzysów, które dotknęły demokrację liberalną w jej dotychczasowym (i wydawałoby się niezmiennym) kształcie. O ile wcześniej analizie poddawano zmiany zachodzące „wewnątrz systemów” demokratycznych, o tyle obecnie kluczowym problemem stała się kwestia kierunku, w jakim zmierzają przeobrażenia systemów demokratycznych *per se*, i tego, gdzie kończy się owa granica demokratyczności systemu.

Z perspektywy opisywanej ewolucji przywództwa to nie osobowość lidera i jego wiza (przywództwo tradycyjne) ani udzielanie odpowiedzi na zdiagnozowane uprzednio potrzeby społeczne (przywództwo marketingowe) mają charakter dominujący. Najważniejsze staje się tzw. ramowanie problemów. W uproszczeniu można przyjąć, że nowy lider nie uzasadnia swojej przywódczej pozycji szczególnymi kompetencjami czy nawet marketingową sprawnością, lecz jest wytworem społecznego zapotrzebowania na proste rozwiązania problemów w coraz bardziej złożonej rzeczywistości, a „nowe nowe media”¹⁷ wspierają go w tej misji. Neoprzywództwo jako zjawisko społeczne opiera się na poparciu okazywanym jednostce przez zwolenników na podstawie fragmentarycznego obrazu tworzonego i rozpowszechnianego za pomocą sieciowych modeli komunikowania. Neoprzywództwo od przewodzenia marketingowego, wykorzystującego zaplecze eksperckie, odróżnia fakt, że głównym (auto)kreatorem w tym pierwszym przypadku jest lider. W czasach kryzysu i zachwianego poczucia bezpieczeństwa społeczeństwa oczekują porządkujących rzeczywistość zmian. Udzielają wówczas poparcia nawet tej jednostce, której autorytet ma charakter zewnętrzny, obraz jest fragmentaryczny, a komunikacja z otoczeniem opiera się na nowoczesnej propagandzie.

Jak już stwierdzono, jednym z czynników, które doprowadziły przywództwo polityczne do nowego kształtu, z pewnością były populizmy. Użycie liczby mnogiej jest tu szczególnie uzasadnione, gdyż w XXI wieku populizm, tradycyjnie kojarzony z kontestacją rzeczywistości i lewicową proweniencją, został zastąpiony całą gamą ruchów populistycznych, których wspólnym mianownikiem pozostaje mniej lub bardziej rzeczywista antysystemowość. Można sformułować tezę, że podbudowa ideologiczna staje się dla współczesnych ruchów i partii populistycznych mniej istotna niż w przeszłości, chociaż pojawienie się na kontynencie europejskim tzw. populizmów prawicowych skorelowane było z odnową sił politycznych o charakterze neonarodowym. Dawne ruchy nacjonalistyczne, które w demokracji liberalnej zajmowały marginalne miejsca, w obliczu kryzysu aksjologicznego tejże demokracji, a także realnych zagrożeń zewnętrznych (np. kryzys migracyjny) przemieściły się z obrzeży sceny partyjnej na jej

¹⁶ Więcej zob. D. Piontek, *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyzacja informacji o polityce*, Poznań 2011.

¹⁷ Więcej na ten temat zob. P. Levinson, *Nowe nowe media*, przeł. M. Zawadzka, Kraków 2010.

centralne miejsce. Inne oblicza populizmów to demopopulizm, technopopulizm czy cyberpopulizm. *Na populizmie budują swój mandat do nieograniczonej władzy również rządy technokratyczne. Taki rodzaj technopopulizmu stał się dzisiaj zasadą rządzenia we Włoszech, Francji czy Holandii, jak również w samej Unii Europejskiej, gdzie technokratyczny przywódca w imię efektywnego rozwiązywania kryzysów i przeciwdziałania zagrożeniom rządzi na bazie egzotycznego sojuszu zebranej większości sił politycznych. W tym przypadku poszukiwanie równowagi między odmiennymi poglądami także nie ma żadnego znaczenia. [...] Europę zdominowała kultura polityczna, dla której centralną kwestią jest technika zdobywania i utrzymywania władzy. Demopopulizm i technopopulizm to dwa główne nurty rządzenia zrodzone przez tę kulturę. Łączy je podobna cecha: do tego, by rządzić, nie potrzeba obywatela*¹⁸.

Obserwacja rozlewania się fali nowych populizmów na kontynencie europejskim pozwala stwierdzić, że wiele ugrupowań populistycznych rządzi lub współrządzi w systemach, które przez dekady uchodziły za demokratyczne. Badania zrealizowane przez szwedzki think tank Timbron pozwoliły na aktualizację tzw. Authoritarian Populism Index. W 2018 roku na 33 przebadane państwa aż w 11 partie populistyczne rządziły lub współrządziły, ponadto *średnie poparcie dla partii zaklasyfikowanych jako populistyczne (przeciwieństwo liberalnej demokracji) w 33 europejskich krajach wyniosło nieco ponad 22 proc. Oznacza to też, że w ostatnich wyborach parlamentarnych do najważniejszej z krajowych izb głosowało na nie ponad 71 mln wyborców, czyli 27 proc. To najsilniejsze poparcie dla tych partii od 1980 r.*¹⁹

Problemem jest nie sama obecność ugrupowań populistycznych na scenie partyjnej (bowiem populizm był obecny także w demokracjach liberalnych), lecz ich destrukcyjny wpływ na fundamenty ustrojowe, czyli tzw. autorytarny populizm. Powierzenie realnej władzy liderom tych ugrupowań rodzi konflikty, tworzy podziały społeczne (masy kontra elity), prowadzi do kwestionowania zasady praworządności oraz innych filarów demokracji. W odróżnieniu od populizmów lewicowych (których popularność systematycznie malała aż do czasu kryzysu w 2008 roku) populizmy prawicowe nie są wyłącznie antyelitarne czy antykapitalistyczne. Ich liderzy „wchodzą w rolę” antysystemową, podczas gdy w wielu przypadkach (Donald Trump, Matteo Salvini, Marine Le Pen, Santiago Abascal) to właśnie mechanizmy systemowe demokracji wyniosły ich na funkcje przywódcze. Antyelitarna kontestacja współczesnych populizmów nie jest zatem „buntem mas”, lecz kreacją odpowiadającą na potrzebę zmian. Paradoksalnie narracja towarzysząca populistycznym liderom nie musi mieć potwierdzenia w ich postawach i zachowaniach.

Jako przykład można przywołać slogany lidera hiszpańskiej partii Vox Santiago Abascale, który nawoływał do restrykcyjnego kierowania się kanonem wartości katolickich,

¹⁸ Marek A. Cichocki: *Technopopulizm*, rp.pl, 12 XII 2021, [online] <https://www.rp.pl/opinie-polityczno-spoeczne/art19189341-marek-a-cichocki-technopopulizm>, 12 XII 2021.

¹⁹ P. Stefaniak, *Partie populistyczne w Europie mają najsilniejsze poparcie od 1980 r.*, wnp.pl, 20 II 2019, [online] <https://www.wnp.pl/parlamentarny/spoleczenstwo/partie-populistyczne-w-europie-maja-najsilniejsze-poparcie-od-1980-r,37484.html>, 22 XII 2021.

podczas gdy sam opuścił rodzinę, a postulując transparentność finansową, utrzymywał się z dotacji państwowych dla jednoosobowej firmy, którą tworzył²⁰.

Z kolei Donald Trump realizował podczas swojej prezydentury antykobiecą politykę (m.in. poprzez rozszerzenie tzw. *gag rule*), jednocześnie deklarując, że nie jest szowinistą i nie poniża kobiet – czemu przeczyły jego wypowiedzi, nagrane m.in. podczas kampanii. W przypadku byłego amerykańskiego prezydenta równie znamienne są okoliczności, w jakich zakwestionował on wyniki przegranych przez siebie wyborów i doprowadził do mobilizacji swoich zwolenników, którzy 6 stycznia 2021 roku wdarli się na Kapitol (oskarżenia postawiono ponad 400 osobom).

Analizując kampanie wyborcze tzw. neoprzywódców, można sformułować tezę, że z punktu widzenia klasycznego marketingu politycznego ten sposób komunikacji z wyborcami nie powinien skutkować sukcesem. Kampania Trumpa z 2016 roku opierała się na przekazie negatywnym – sianiu lęku, budowaniu napięć, retoryce strachu i porzuceniu poprawności w sferze językowej („gwałciciel”, „bandyci”, „przestępcy”). Realizowana przez Trumpa komunikacja w sieci powieliała ten sam schemat budowania wizerunku silnego polityka, który w sytuacji zagrożenia porzuca dotychczasowe kanony demokracji i broni własnego narodu, wskazując winnych. *Coś straszne. To bandyci. I przez słabych, patetycznych demokratów takie rozboje mają miejsce w miastach i stanach, w których oni rządzą. Musimy ich szybko wymienić*²¹ – pisał Trump. Wskazywanie źródeł zagrożeń dla amerykańskiego systemu miało często charakter spersonalizowany i obrazkowy: Afroamerykanie, Meksykanie, środowiska lewicowe. Pomimo finansowej zasobności kandydata udało mu się przekonać znaczną część Amerykanów, że jest „zwykłym człowiekiem” (ten przekaz rozpowszechniała również Melanie Trump), który przemówił w kampanii głosem niezadowolonych.

Kolejnym przykładem populistycznego neoprzywódcy jest włoski lider Matteo Salvini: głośny, wyrazisty, prowadzący właściwie permanentną kampanię, zaangażowany w sprzeciw wobec zakazów wynikających z ograniczeń pandemicznych po stronie „zwykłych Włochów”.

Jeszcze inne oblicze przyjął populizm francuski reprezentowany przez Marine Le Pen i Zjednoczenie Narodowe. Popularność tej partii i jej liderce przyniosła retoryka kreująca figurę wroga. *Skrajna prawica we Francji mówi Francuzom, że liczba obcokrajowców jest dwukrotnie lub trzykrotnie wyższa niż w rzeczywistości. Przez lata mówiła także, że muzułmanów we Francji jest znacznie, znacznie więcej, niż szacowaliśmy (we Francji podczas spisu ludności nie można zadawać pytania o wyznanie). Marine le Pen*

²⁰ Santiago Abascal o deklaracji europejskiej centroprawicy: *Nasze granice [zewnątrz UE – A.K.-M.] powinny stać się murem nie do przebycia dla tych, którzy przekraczają je nielegalnie lub też nie mają zamiaru zintegrować się z nami i uszanować zachodniej cywilizacji [...] nie może być wolności bez bezpieczeństwa i bez sprawiedliwości. I że mocno wierzymy w osobę, w rodzinę, w życie oraz swobodę idei i myśli.* Cyt. za: „Inna Europa jest możliwa” – Santiago Abascal o deklaracji europejskiej centroprawicy, TVP Info, 2 VII 2021, [online] <https://www.tvp.info/54656322/deklaracja-europejskiej-centroprawicy-santiago-abascal-lider-vox-inna-europa-jest-mozliwa>, 21 XII 2021.

²¹ A. Słabisz, *Kampania Trumpa, kampania strachu*, rp.pl, 10 IX 2020, [online] <https://www.rp.pl/swiat/art534971-kampania-trumpa-kampania-strachu>, 20 XII 2021.

to nie interesuje. Ona zawsze będzie mówiła to, co jej zwolennicy chcą usłyszeć. Co więcej, jej elektorat jest przekonany, że prawdziwa liczba muzułmanów we Francji musi być wyższa i jest celowo zatajana przed opinią publiczną przez polityków ze względu na poprawność polityczną²². Populizm Le Pen uwidacznia się w warstwie retorycznej w odniesieniu do polityki zarówno wewnętrznej, jak i międzynarodowej. Warto przytoczyć tutaj wypowiedzi francuskiej polityk na temat zależności Ukrainy od Rosji czy obecności Turcji w NATO: *Nie sądzę, aby Putin zrobił taki błąd. Ale uważam też, że w tej sprawie Unia odegrała rolę strażaka-piromana. Można mówić, co się chce, ale Ukraina należy do sfery wpływów Rosji. Próbując naruszyć tę strefę wpływów, tworzy się napięcia, lęki i dochodzi się do sytuacji, jakiej dziś jesteśmy świadkami. A powinniśmy wszyscy razem walczyć z realnym zagrożeniem, jakie wisi nad Europą: islamizmem*. Pytana o możliwość wstąpienia Ukrainy do NATO, Le Pen stwierdziła: *Najpierw trzeba z niego wyprowadzić Turcję, a także: Nie sądzę też, aby w obecnym stanie NATO mogło przyjąć jakiegokolwiek nowe państwo*²³.

Stany Zjednoczone, Francja, Wielka Brytania, Holandia, Hiszpania, Włochy – to tylko część przykładów demokracji skonsolidowanych, które uległy „chorobie populizmu”, a w efekcie oddały ster władzy w ręce nowych liderów o populistycznej proweniencji.

Można stwierdzić, że przywództwo to zjawisko stale ewoluujące zarówno pod wpływem czynników egzogennych, jak i endogennych. Potrzeba lidera jest wpisana w funkcjonowanie grup ludzkich, ale to okoliczności zewnętrzne budują specyficzny rodzaj zapotrzebowania na lidera. Opisywane przejście od przywództwa tradycyjnego przez zorientowane marketingowo do neoprzywództwa z pewnością nie kończy procesu jego przeobrażeń. Pytanie o kolejne zmiany modeli przewodzenia jest ściśle skorelowane z diagnozą stanu demokracji liberalnej i możliwymi scenariuszami jej przemian. Badania Freedom House i Democracy Index²⁴ wskazują, że rok 2021 był bardzo zły dla kondycji demokracji w wielu europejskich państwach. Jako przykłady można przywołać Polskę, która przeszła z grupy pełnych demokracji do tzw. demokracji wyborczych, oraz Węgry – klasyfikowane wcześniej jako demokracja wyborcza (*electoral democracy*), obecnie znajdują się w grupie wyborczych autokracji (*electoral autocracy*)²⁵.

Zmiany technologiczne dokonujące się w otoczeniu systemów politycznych wzmacniają konwersję zachodzącą wewnątrz nich. Tak zwany cyberpopulizm (populizm

²² *Populizm uwodzi prostotę. Z Sylvainem Cypem rozmawia Adam Puchejda*, „Kultura Liberalna” 2017, nr 452, [online] <https://kulturaliberalna.pl/2017/09/05/sylvain-cypel-wywiad-macron-le-pen-populizm/>, 20 XII 2021.

²³ *Marine Le Pen o Ukrainie, która „należy do sfery wpływów Rosji”. Premier Morawiecki komentuje*, TVN24, 6 XII 2021, [online] <https://tvn24.pl/swiat/marine-le-pen-ukraina-nalezy-do-wplywow-rosji-wywiad-w-rzeczpospolitej-o-rosji-ukrainie-sojuszu-z-pis-i-wizji-ue-5515118>, 24 XII 2021.

²⁴ *Global Democracy Has a Very Bad Year*, The Economist, 2 II 2021, [online] <https://www.economist.com/graphic-detail/2021/02/02/global-democracy-has-a-very-bad-year>, 22 XII 2021.

²⁵ *Poland Is World's „Most Autocratizing Country”, Finds Democracy Index*, Notes from Poland, 11 III 2021, [online] <https://notesfrompoland.com/2021/03/11/poland-is-worlds-most-autocratizing-country-finds-democracy-index/>, 23 XII 2021.

online) okazał się niezwykle silnym motywatorem zachowań społecznych. Badania przeprowadzone w 2011 roku przez think tank Demos²⁶ („Nowe oblicze cyberpopulizmu”) objęły ponad 10 tys. działaczy skrajnej prawicy w Europie i dotyczyły ich wizji ewolucji społeczeństwa. Wyniki badania dowiodły, że aktywność badanych koncentruje się przede wszystkim w sieci, wspólnym mianownikiem aksjologicznym jest brak zaufania do elit politycznych i systemu prawnego, a największe obawy łączą się z rozmyciem tożsamości narodowej przez procesy globalizacji. Od czasu przywołanych badań widoczna jest koncentracja sił populistycznych, które tworzą sieć współpracy ponadpaństwowej, mającą na celu realizację założeń programowych. Wspomniany lider hiszpańskiej partii Vox podczas pierwszej wizyty zagranicznej (w Polsce) wyraźnie wskazał, że wraz z Jarosławem Kaczyńskim oraz Victorem Orbánem chce budować nowe „przedmurze” chrześcijaństwa w Europie²⁷.

Dotychczasowa analiza oraz uzupełniające ją przykłady pozwalają pozytywnie zwerfikować zakładaną hipotezę badawczą, tzn. potwierdzić istnienie nowej kategorii przywództwa (tzw. neoprzywództwa) i wskazać jego cechy dystynktywne. Wyrosłe na podglebiu nowych populizmów, operujące uproszczonym przekazem rozpowszechnianym bezpośrednio przez liderów, wyzwolone z zasad politycznej poprawności neoprzywództwo zmienia od środka dotychczasowe demokracje i wpływa bezpośrednio na relacje obywatela z państwem. Legitymacja liderów populistycznych nie odbiega charakterem od „przyzwolenia na rządzenie”, jakie uzyskują przywódcy demokratyczni. A zatem to nie forma uznania decyduje o specyfice populizmu, lecz motywacja, która jej towarzyszy, oraz spektrum metod budowania poparcia.

Konkludując – przywództwo polityczne jako zjawisko wpisane jest w dzieje ludzkości, ale zarówno jego funkcje, jak i społeczne zapotrzebowanie na konkretny rodzaj liderów zmieniały się w zależności od miejsca i czasu. Nie istnieją zatem jeden wzorzec przywództwa ani przepis na jego efektywne sprawowanie. Przyjąwszy, że uniwersalny charakter przewodzenia to kompozycja cech osobowościowych oraz relacji zbudowanej z otoczeniem uwzględniającej kontekst sytuacyjny, można prześledzić, jak zmieniało się przywództwo, przede wszystkim w wymiarze komunikacyjnym. Zaproponowana triada to: przywództwo klasyczne, w największym stopniu oparte na

²⁶ J. Bartlett, J. Birdwell, M. Littler, *The New Face of Digital Populism*, London 2012.

²⁷ 4 grudnia 2021 roku w Warszawie odbyło się spotkanie liderów kilku europejskich partii prawicowych, które można jednocześnie zaklasyfikować jako populistyczne. Z prezesem PiS spotkali się m.in.: przewodnicząca Frontu Narodowego Marine Le Pen, premier Węgier Viktor Orbán i lider hiszpańskiej partii Vox Santiago Abascal. Wcześniej, w lipcu 2021 roku, członkowie prawicowych, konserwatywnych ugrupowań, których przedstawiciele zasiadają w Parlamencie Europejskim, podpisali wspólną deklarację ideową. Deklaracja została podpisana m.in. przez: prezesa PiS Jarosława Kaczyńskiego, przewodniczącą Braci Włochów Giorgię Meloni, przewodniczącego hiszpańskiego Vox Santiago Abascala, przewodniczącego Fideszu Viktora Orbana, przewodniczącego Ligi Matteo Salviniiego oraz przedstawicieli kilkunastu innych partii centro-prawicowych. Cel współpracy został określony jako „głęboka reforma UE”. Cyt. za: R. Białkowski, M. Małecki, *Orban, Le Pen, Kaczyński. W Warszawie trwa spotkanie liderów europejskich partii prawicowych*, Forsal.pl, 4 XII 2021, [online] <https://forsal.pl/gospodarka/polityka/artykuly/8306322,orban-le-pen-kaczynski-w-warszawie-trwa-spotkanie-liderow-europejskich-partii-prawicowych.html>, 26 XII 2021.

cechach osobowości lidera, przywództwo wykreowane pod wpływem narzędzi marketingu politycznego oraz neoprzywództwo, stanowiące amalgamat elementów populistycznych, propagandowych oraz medialnych. To właśnie rozwój nowych mediów sprawił, że „nowy lider” stał się pozornie bliższy swoim zwolennikom, bardziej reagujący na ich potrzeby oraz „uwolniony” z gorsetu poprawności. Otwarte pozostaje pytanie o jakość neoprzywództwa, mierzoną nie liczbą zwolenników (zwłaszcza wirtualnych), lecz skutecznością prowadzonej polityki. Poszukiwanie odpowiedzi wymaga czasu, jakkolwiek można już stwierdzić, że zapewne neoprzywództwo nie będzie ostatnim ogniwem ewolucji przywództwa, a kolejny paradygmat zależny będzie od kondycji demokracji po okresie jej przeobrażeń. Raport *Global Satisfaction with Democracy* (2020) przynosi informacje, że rekordowo dużo osób na świecie jest niezadowolonych z demokracji (57,5%); od lat 90. (traktowanych jako „złoty” okres demokracji liberalnej) to niezadowolenie wzrosło aż o 10 punktów procentowych. Jednocześnie – co potwierdza istnienie kryzysu demokracji – zwiększają się dysproporcje pomiędzy państwami kiedyś uznawanymi za w pełni demokratyczne. Państwa skandynawskie oraz Szwajcaria to przykłady demokracji, z których obywatele są bardzo zadowoleni. Natomiast w przypadku USA wzrost liczby niezadowolonych wynosi aż 30% (obecnie to ponad połowa obywateli), a w Brazylii i Meksyku niezadowolonych z demokracji jest trzy czwarte mieszkańców²⁸. Demokracja liberalna pozostaje zatem w kryzysie, a razem z nią przywództwo polityczne, które odarte z mistycyzmu, stało się atrapą samego siebie.

BIBLIOGRAFIA

- Badania nad dyskursem populistycznym. Wybrane podejścia*, red. A. Stępińska, A. Lipiński, Poznań 2020.
- Bartlett J., Birdwell J., Littler M., *The New Face of Digital Populism*, London 2012.
- Bendyk E., *Demokracja jest w kryzysie. Ale Polacy są zadowoleni*, *Polityka.pl*, 29 I 2020, [online] <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/swiat/1940402,1,demokracja-jest-w-kryzysie-ale-polacy-sa-zadowoleni.read>.
- Białkowski R., Małecki M., *Orban, Le Pen, Kaczyński. W Warszawie trwa spotkanie liderów europejskich partii prawicowych*, *Forsal.pl*, 4 XII 2021, [online] <https://forsal.pl/gospodarka/polityka/artykuly/8306322,orban-le-pen-kaczynski-w-warszawie-trwa-spotkanie-liderow-europejskich-partii-prawicowych.html>.
- The Future of Political Leadership in the Digital Age. Neo-Leadership, Image and Influence*, red. A. Kasińska-Metryka, T. Gajewski, Abingdon 2020.
- Global Democracy Has a Very Bad Year*, *The Economist*, 2 II 2021, [online] <https://www.economist.com/graphic-detail/2021/02/02/global-democracy-has-a-very-bad-year>.

²⁸ E. Bendyk, *Demokracja jest w kryzysie. Ale Polacy są zadowoleni*, *Polityka.pl*, 29 I 2020, [online] <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/swiat/1940402,1,demokracja-jest-w-kryzysie-ale-polacy-sa-zadowoleni.read>, 22 XII 2021.

- Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, przeł. M. Rusiński, Warszawa 2004.
- Hartliński M., *Przywództwo partyjne w Polsce*, Toruń 2011.
- „Inna Europa jest możliwa” – Santiago Abascal o deklaracji europejskiej centroprawicy, TVP Info, 2 VII 2021, [online] <https://www.tvp.info/54656322/deklaracja-europejskiej-centroprawicy-santiago-abascal-lider-vox-inna-europa-jest-mozliwa>.
- Karwat M., *Charyzma i pseudocharyzma*, [w:] *Przywództwo polityczne*, red. T. Bodio, Warszawa 2001.
- Kasińska-Metryka A., *Od szamana do kapłana. Ewolucja systemów religijnych w Ameryce Południowej*, Kraków 1996.
- Kasińska-Metryka A., *Proces kreacji przywódcy politycznego. Od ujęcia tradycyjnego do współczesnego*, Kielce 2012.
- Kouzes J.M., Posner B.Z., *The Leadership Challenge*, New York 2006.
- Kubàt M., *Teoria partii antysystemowej*, „Politeja” 2007, nr 7.
- Levinson P., *Nowe nowe media*, przeł. M. Zawadzka, Kraków 2010.
- MacGregor Burns J., *Leadership*, New York 1978.
- Marek A. Cichocki: *Technopopulizm*, rp.pl, 12 XII 2021, [online] <https://www.rp.pl/opinie-polityczno-spoeczne/art19189341-marek-a-cichocki-technopopulizm>.
- Marine Le Pen o Ukrainie, która „należy do sfery wpływów Rosji”. Premier Morawiecki komentuje, TVN24, 6 XII 2021, [online] <https://tvn24.pl/swiat/marine-le-pen-ukraina-nalezy-do-wplywow-rosji-wywiad-w-rzeczpospolitej-o-rosji-ukrainie-sojuszu-z-pis-i-wizjue-5515118>.
- Moffitt B., *The Global Rise of Populism. Performance, Political Style, and Representation*, Stanford 2016, <https://doi.org/10.1515/9780804799331>.
- The Oxford Handbook of Political Leadership*, red. R.A.W. Rhodes, P. t Hart, Oxford 2014.
- Pappas T.S., *Populists in Power*, „Journal of Democracy” 2019, vol. 30, nr 2, <https://doi.org/10.1353/jod.2019.0026>.
- Pierzchalski F., *Morfogeneza przywództwa politycznego. Pomiędzy strukturą a podmiotowością sprawczą*, Bydgoszcz 2013.
- Piontek D., *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyzacja informacji o polityce*, Poznań 2011.
- Poland Is World’s „Most Autocratizing Country”, *Finds Democracy Index*, Notes from Poland, 11 III 2021, [online] <https://notesfrompoland.com/2021/03/11/poland-is-worlds-most-autocratizing-country-finds-democracy-index/>.
- Populizm uwodzi prostotę. Z Sylvainem Cypem rozmawia Adam Puczejda, „Kultura Liberalna” 2017, nr 452, [online] <https://kulturaliberalna.pl/2017/09/05/sylvain-cypel-wywiad-macron-le-pen-populizm/>.
- The SAGE Handbook of Leadership*, red. A. Bryman [i in.], London 2011.
- Słabisz A., *Kampania Trumpa, kampania strachu*, rp.pl, 10 IX 2020, [online] <https://www.rp.pl/swiat/art534971-kampania-trumpa-kampania-strachu>.
- Stefaniak P., *Partie populistyczne w Europie mają najsilniejsze poparcie od 1980 r.*, wnp.pl, 20 II 2019, [online] <https://www.wnp.pl/parlamentarny/spoleczenstwo/partie-populistyczne-w-europie-maja-najsilniejsze-poparcie-od-1980-r,37484.html>.

Weber M., *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, przeł. D. Lachowska, Warszawa 2002.

Żukiewicz P., *Przywództwo labilne. Mechanizm powrotu do władzy w świetle teorii przywództwa politycznego*, Wrocław–Poznań 2012.

Agnieszka KASIŃSKA – profesor nauk politycznych, dyrektor Instytutu Stosunków Międzynarodowych i Polityk Publicznych Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach; specjalizuje się w przywództwie politycznym, komunikacji społecznej, marketingu politycznym oraz aktywności politycznej kobiet w Polsce i Hiszpanii. Jej zainteresowania naukowe i badawcze koncentrują się na hiszpańskim systemie politycznym. Jest członkiem międzynarodowych organizacji politologicznych (International Political Science Association, Central Political Science Association) oraz wiceprezesem Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych.