

W literaturze przedmiotu, podejmującej problematykę funkcjonowania partii politycznych, można spotkać stanowiska badaczy o powstającym kryzysie partii politycznych, który ma podważyć ich przydatność we współczesnych systemach politycznych. Wyniki wielu badań i analiz prowadzonych w ostatnich latach pokazują jednak wyraźnie, że partie polityczne wciąż pełnią ważną rolę w europejskich demokracjach, choć ulegają zmianie niektóre ich funkcje. Niemniej nie ulega wątpliwości, że współczesne partie polityczne zmagają się z wyzwaniami związanymi z dynamicznymi przeobrażeniami ich społecznego i instytucjonalnego otoczenia. Od lat sukcesywnie maleje w Europie zainteresowanie członkostwem w partiach politycznych, spada lojalność partyjna, co przejawia się niestabilnością zachowań wyborczych na poziomie zagregowanym, obywatele w coraz mniejszym zaufaniem obdarzają ruchy społeczne, aktywistów i trybunów, krytykujących partie polityczne jako te instytucje, które utraciły kontakt z otoczeniem społecznym. Szybki rozwój nowych technik i technologii komunikacyjnych zmienia kulturę komunikacji w relacji obywatel/wyborca-aktor polityczny, co niejako „wymusza” konieczność adaptacji strategii partii politycznych w zakresie politycznej komunikacji.

Głównym celem projektu badawczego jest analiza strategii organizacyjnych i komunikacyjnych przyjmowanych przez polskie partie polityczne w celu adaptacji do wyzwań zachodzących w ich otoczeniu społecznym. Proponujemy rzadko podejmowane formy badań prowadzonych z dwóch perspektyw: politologicznej i komunikologicznej. Jako cenne i ilościowe badania empiryczne będą prowadzone zarówno wśród członków partii politycznych, parlamentarzystów, partyjnych pracowników administracyjnych na szczeblu centralnym i regionalnym, jak i wśród wyborców i osób niegłoszących. Projekt ma charakter teoriopoznawczy, a jego celem jest pogłębienie wiedzy na temat współczesnych partii politycznych.