

---

ANNALS  
UNIVERSITATIS MARIAE CURIE-SKŁODOWSKA  
LUBLIN – POLONIA

VOL. XVII, 1

SECTIO K

2010

---

Akademia Humanistyczna im. Aleksandra Gieysztora w Pułtsku

MAREK GÓRKA

*POPiS-owa dyskredytacja, czyli rywalizacja partyjna  
w kampanii wyborczej w 2007 roku*

---

Competition between two main political parties in 2007 election campaign in Poland

ABSTRAKT

Przypatrując się rywalizacji politycznej, jaka miała miejsce w wyborach w 2007 roku, można stwierdzić, że walka wyborcza przyniosła całą gamę sposobów dyskredytacji przeciwnika politycznego. Można także odnieść wrażenie, że kampania wyborcza polegała właśnie na jak największym zdyskredytowaniu strony przeciwnej.

Różnorodne możliwości kompromitacji politycznej wydają się nieodłącznie wpisywać w charakter kampanii wyborczych. Zjawisko kompromitacji lub dyskwalifikowania czyjogoś autorytetu lub zaufania występuje szczególnie podczas kampanii wyborczych na urząd prezydenta. Pomówienia i oskarżenia dotyczące określonego środowiska mogą być dla przedstawicieli określonej grupy bolesne, jednak o wiele większą siłę rażenia mają, kiedy kierowane są do jednej, konkretnej osoby. Większa personalizacja rywalizacji wyborczej w 2007 roku sprawiła, że komunikaty kompromitujące stronę przeciwną były łatwiejsze do zaadresowania.

Każda formacja polityczna ma za zadanie przedstawić przeciwnika w złym świetle poprzez dodanie mu jakichś cech o zabarwieniu negatywnym albo odejmując mu pewne pozytywne właściwości. Historia relacji partyjnych pomiędzy PO i PiS to historia wzajemnych prób dyskredytacji.

**Słowa kluczowe:** dyskredytacja, manipulacja polityczna, rywalizacja polityczna, kampania wyborcza, marketing polityczny, mediatyzacja

UWAGI WSTĘPNE

Przypatrując się rywalizacji politycznej, jaka miała miejsce w wyborach w 2007 roku, można stwierdzić, że walka wyborcza przyniosła całą gamę sposobów dys-

kredukcji przeciwnika politycznego. Można także odnieść wrażenie, że kampania wyborcza polegała na jak największym zdyskredytowaniu strony przeciwnej. To zjawisko koresponduje z koncepcją polityki „bez ideologii” – opisaną przez Tadeusza Bodio, w której nadrzędnym celem jest „walka o zdobycie i utrzymanie władzy przy zachowaniu formalnych procedur demokratycznych. (...) polityka zostaje sprowadzona do zdobycia rynku politycznego, a przede wszystkim poparcia wyborców”<sup>1</sup>.

Poruszanie tematu dyskredytacji wymaga od badacza nie tylko przenikliwości i naukowej podejrzliwości, ale również odwagi w poszukiwaniu w labiryncie społecznych stereotypów. Pewne okoliczności lub wydarzenia mogą na tyle przybliżyć do wizerunku podmiotu politycznego, że często będą brane jako jego własne poglądy. Otóż zadaniem badacza jest odmitologizowanie także takiego wizerunku partii jako efektu manipulacji politycznej. Nieuchronne jest więc zderzenie się z niekorzystnym wizerunkiem narzuconym przez politycznych oponentów.

Dyskredytacja jest niezwykle szerokim pojęciowo zjawiskiem. Słownikowa definicja wyjaśnia to pojęcie jako: „ośmieszenie kogoś, podważenie jego znaczenia, autorytetu”<sup>2</sup>. Często do opisu okoliczności wystąpienia dyskredytacji wykorzystuje się również słowa, takie jak: robić wstyd, robić pośmiewisko, psuć opinię, zniesławiać, narażać dobre imię, szkodzić reputacji, przynosić ujmę, splamić honor, kompromitować, ośmieszać, zbłaźnić, zhańbić, rzucić cień, stracić w czyichś oczach, itp. Dyskredytacja pomimo jej intuicyjnego wycucia jest jednak dość złożonym zjawiskiem. Cała gama sposobów dyskredytacji przeciwników politycznych jest dość obszerna, ze względu jednak na chęć przytoczenia i omówienia jak największej liczby przykładów z kampanii wyborczej 2007 roku, te najistotniejsze wypowiedzi – z punktu widzenia omawianego tematu – będą przywoływane w kontekście rywalizacji partyjnej. Oczywiście prace Mirosława Karwata: *O złośliwej dyskredytacji* oraz *Sztuka manipulacji politycznej* będą wyznaczać ramy definicyjne dla opisu technik dyskredytacji obu antagonistycznie nastawionych sił postsolidarnościowych.

Różnorodne możliwości kompromitacji politycznej wydają się nieodłącznie wpiisywać w charakter kampanii wyborczych. Badacze analizując to zjawisko, starają się także podkreślić, iż ta forma walki o władzę w szczególności istnieje w relacjach o większym stopniu spersonalizowania<sup>3</sup>. Otóż przede wszystkim zjawiska kompromitacji lub dyskwalifikowania czyjegoś autorytetu lub zaufania występują szczególnie podczas kampanii wyborczych na urząd prezydenta. Pomówienia i oskarżenia dotyczące określonego środowiska mogą być dla przedstawicieli określonej grupy bolesne, jednak o wiele większą siłę rażenia mają, kiedy kierowane są do jednej, konkretnej osoby.

<sup>1</sup> T. Bodio, *Polityka jako sztuka bycia wybranym*, „Studia Politologiczne” 2002, nr 6, s. 47.

<sup>2</sup> *Słownik wyrazów obcych*, (red.) M. Tytuł, J. Okarmus, Warszawa – Bielsko-Biała 2009, s. 56.

<sup>3</sup> A. Woźniak, *Środki agresywnej dyskredytacji osobistej w prezydenckiej kampanii wyborczej 2000 roku*, „Studia Politologiczne” 2002, nr 6, s. 151-173 oraz A. Majcher, *Dyskredytacja przeciwnika w kampaniach wyborczych na urząd Prezydenta RP w latach 1990-2005*, „Problemy Społeczne i Ekonomiczne” 2006, vol. 3, s. 84-93.

Warto zauważyć, iż techniki dyskredytacji znacznie częściej występują podczas walki o prezydenturę niż o miejsce w parlamencie, gdyż jakiegokolwiek komunikaty kompromitujące przeciwnika łatwiej znajdują adresata w postaci lidera niż grupy ludzi, co w warunkach kampanii parlamentarnej może być nieczytelne i mało efektywne. Większa personalizacja rywalizacji wyborczej w 2007 roku sprawiła, że komunikaty kompromitujące stronę przeciwną były łatwiejsze do zaadresowania.

Każda formacja polityczna ma za zadanie przedstawić przeciwnika w złym świetle przez dodanie mu jakichś cech o zabarwieniu negatywnym albo odejmując mu pewne pozytywne właściwości. Pojęcie dyskredytacji zawiera zatem spory pierwiastek kłamstwa i zaliczane jest jako jedna z technik manipulacji wizerunkiem politycznym<sup>4</sup>. Wszelkie przejawy manipulacji w polityce były obecne już od dawna, można się pokusić o stwierdzenie, iż pojawiły się wraz z początkiem działalności publicznej.

Sednem całego zjawiska dyskredytacji jest chęć zaszkodzenia swojemu przeciwnikowi. Możliwości takich działań jest oczywiście wiele. Każda jednak ma za zadanie przedstawić oponenta w złym świetle. Bez względu czy to będzie krytyka, pomówienie, kłamstwo czy ośmieszenie, celem jest zakwestionowanie wiarygodności adresata, a w konsekwencji doprowadzenie do utraty zaufania społecznego. Najczęściej dokonuje się próby narzucenia i ugruntowania w oczach wyborców niekorzystnego wizerunku swojego konkurenta politycznego.

Historia relacji partyjnych pomiędzy PO i PiS to historia wzajemnych prób dyskredytacji. Począwszy od nieudanego porozumienia koalicyjnego sił prawicowych w 2005 roku, oba środowiska ustawicznie prowadziły walkę między sobą o zbudowanie i utrwalenie negatywnego wizerunku swego przeciwnika. Okazuje się, że zwyciężcą w wyborach zarówno w 2005 roku, jak i w 2007, stały się formacje, które potrafiły narzucić swoją interpretację sytuacji i skutecznie odzwierciedlić wyobraźnię społeczną w wizerunku politycznym. W 2005 roku społeczeństwo zaakceptowało podział na Polskę solidarną i liberalną<sup>5</sup>. Dwa lata później Platformie udało się skutecznie zdystansować od tejże definicji i uciec od wizerunku liberała. W kampanii wyborczej w 2005 roku PiS potrafiło przekonać społeczeństwo, że troszczy się o zwykłego człowieka. Przekornie można stwierdzić, że w 2007 roku na czele państwa solidarnego stanął Donald Tusk. PO zminimalizowała akcenty liberalne, za to nagłaśniała problem migrujących za pracą Polaków oraz ujęła się za pracownikami budżetówki, nie zapominając przy tym o rolnikach lub „dzieciach głodujących na koloniach letnich”<sup>6</sup>. Partia Tuska potrafiła skutecznie przekonać do siebie tę grupę wyborców, która głosowała wcześniej za Polską solidarną.

Jednak, jak się wydaje, takie hasła w dłuższej perspektywie mogą przerodzić się w miażdżącą dyskredytację tej formacji. Jeśli chodzi o inne obietnice, zazwyczaj

<sup>4</sup> M. Karwat, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 2001, s.119 – 123.

<sup>5</sup> B. Fedyszak-Radziejowska, *Skuteczna obrona establishmentu*, „Rzeczpospolita” 2007, nr 253, s. A-21.

<sup>6</sup> D. Tusk, konwencja wyborcza PO we Wrocławiu, za: Wiadomości, Program 1 TVP, z dnia 13.10.2007.

ilościowe: drogi, mosty, boiska, wzrost płac itp., często szczegóły procentowe dotyczące tych sfer życia ulegają zapomnieniu. Cud gospodarczy jest na tyle nośnym hasłem, że z pewnością będzie przypominany przez wszystkie partie opozycyjne. I choć te hasła pomogły wygrać wybory, w dalszej perspektywie będą ciążyły rządowi Platformy i staną się swoistym wyrzutem społecznym, podobnie jak to było z hasłem Leszka Millera o „gruszkach na wierzbie”. Niezrealizowane obietnice wyborcze są więc łatwym celem do krytyki ze strony politycznych konkurentów oraz wyborców.

Zrodzony w wyniku rywalizacji niedoszłych koalicjantów wizerunek partii doprowadził do pewnego stereotypu w postrzeganiu obu formacji postsolidarnościowych. Kampania wyborcza ma swoje prawa i swój język. Otóż pomimo krytyki PiS-owskich rządów silnej ręki, wykorzystywania służb specjalnych oraz egalitaryzmu gospodarczego PiS nie jest partią, która odmieniłaby bieg historii i proces integracji z UE, jak na to wskazuje retoryka PO. Podobnie partia Donalda Tuska wcale, jak się okazało, nie jest aż tak skrajną partią liberalną ani też nie jest przeciwna walce z korupcją, jak to przedstawiała formacja Jarosława Kaczyńskiego.

Partie polityczne odsądzają się wzajemnie od czci i wiary, krytykując często przeciwnika za poglądy, które wcześniej były również ich poglądami. Czemu więc ma służyć język wojenny? Z pewnością używa się go po to, aby się odróżnić i spolaryzować scenę polityczną, a tym samym – często niesłusznie – oskarżyć politycznego oponenta, w celu uzyskania społecznego poparcia. Przeciwnik polityczny paradoksalnie staje się punktem odniesienia dla tożsamości partyjnej. Tak skonstruowana relacja na zasadzie przeciwieństw pomaga doprecyzować własny program, uszczegóławia działania oraz mobilizuje wyborców<sup>7</sup>. Dzieje się najczęściej tak, iż głównym celem opozycji jest odsunięcie od władzy przeciwników politycznych. Temu jest podporządkowany zarówno program, jak i wizerunek opozycji, który koresponduje z totalną negacją.

Analizując konfrontację obu partii postsolidarnościowych, można dojść do wniosku, że forma rywalizacji zaczęła wykraczać poza utrwalone ramy krytyki dotyczącej tak często czynów, decyzji czy też poglądów. Krytyka coraz bardziej dotyczyła przeciwnika z racji tego, iż jest po prostu przeciwnikiem. Ponadto rywalizacja pochłaniała niemal wszystkie kwestie. Trudno było znaleźć taką dziedzinę życia, wobec której obie formacje byłyby zgodne. Tym samym dyskredytacja zaczęła przybierać charakter totalny<sup>8</sup>, co także jest wyrazem – na poziomie polityki – pewnej brutalizacji życia publicznego.

Logika kampanii wyborczej zmusza oczywiście do odróżniania się w stosunku do politycznych oponentów, jednak nie można mieć złudzeń co do prowadzenia polityki według zasady „rządów miłości”. Naiwnością byłoby sądzić, iż to, co sprawdziło się podczas kampanii, sprawdzi się podczas sprawowania władzy. Polityka jest sztuką nie tylko kompromisu, ale także walki. „Polityka ma to do siebie, że bywa czasem brutalna i opiera się także na walce z przeciwnikami z opozycyjnych obozów. I nie

<sup>7</sup> M. Jeziński, *Marketing polityczny, a procesy akulturacyjne*, Toruń 2004, s. 104-107.

<sup>8</sup> M. Karwat, *O złośliwej dyskredytacji*, Warszawa 2007, s. 53.

zawsze są to spory merytoryczne<sup>9</sup>. Uczucia życzliwości i wzajemnego zaufania, szacunku do politycznej konkurencji mogą świadczyć o wysokim poziomie kultury politycznej wśród elit władzy, lecz spory i emocje będą występować, szczególnie przy licznych kontrowersyjnych sytuacjach.

Ambicją niniejszego opracowania jest rejestracja nadużyć, manipulacji i dyskredytacji językowych, jakie miały miejsce w wypowiedziach polityków w kampanii wyborczej w 2007 roku. Mam świadomość, że nie sposób jest wytropić wszystkich wypowiedzi głównych aktorów politycznych, gdyż nie zawsze one były zarejestrowane przez media i podane do publicznej wiadomości. Staralem się jednak zebrać i uporządkować te najbardziej jaskrawe wypowiedzi, które stały się orężem w walce politycznej. Oczywiście zdaję sobie sprawę również z pewnej ułomności, polegającej na subiektywnym podejściu do gromadzenia informacji przez media, jak i przeze mnie. Wyławianie z morza informacji wypowiedzi polityków zmusza do pominięcia i zignorowania części wypowiedzi z przestrzeni medialno-publicznej.

#### PARADOKSY JĘZYKOWE W ŻYCIU POLITYCZNYM 2005-2007

Język w polityce często służy nie jako narzędzie zbliżania odmiennych stanowisk i budowania kompromisu, lecz jako sposób wyznaczania granic oraz pogłębiania istniejących już różnic, tym samym jest narzędziem wzajemnych antagonizmów i sposobem na wyrażanie uczuć wobec politycznych oponentów. Jest także przykładem na to, że działalność aktorów politycznych skupia się bardziej na wzajemnych relacjach, niż na opisie rzeczywistego stanu rzeczy. Właściwym celem każdej manipulacji jest wywołanie pożądanej reakcji. „Przedmiotem zabiegów jest takie nazywanie ludzi i rzeczy, a także sytuacji, by można było wszystko to oceniać i interpretować w myśl przyjętych z góry arbitralnych zasad i w taki sposób, by rządząca ekipa odnosiła korzyści i realizowała swoje cele<sup>10</sup>. Walka na oskarżenia, jaka toczyła się w kampanii wyborczej w 2007 roku, miała za zadanie wykazać niekompetencję strony przeciwnej, co w zamierzeniu miało skompromitować oponenta w powszechnej opinii. Wyborcy w tej widowiskowej walce stali się widzami obserwującymi wzajemną walkę na deskach politycznego teatru<sup>11</sup>.

Okazuje się także, że język polityki nie stanowi podłoża do budowania dialogu. Wszelkie epitety, inwektywy oraz oskarżenia służyć mają przeciwstawieniu nadawcy i adresata. Dyskredytujące sformułowania, np.: „wykształciuchy”, „łże-elity”, „dyplomatolki”, „watahy”, czy też porównywanie przeciwników rządu do ZOMO mają wyraźnie wskazać oponentów i zaznaczyć miejsce partii na politycznej mapie.

<sup>9</sup> A. Materska-Sosnowska, *Tusku, rób swoje!*, „Rzeczpospolita” 2007, nr 261, s. A-16.

<sup>10</sup> M. Głowiński, *Pisomowa czyli o wolnoamerykance językowej*, „Polityka. Niezbędnik inteligenta” 2006, nr 50, s. 14-18.

<sup>11</sup> A. Skrzypek, *Kampania polityczna jako spektakl*, [w:] *Scena polityczna i media: miraż sukcesu, ryzyko autoprezentacji*, E. Pietrzyk-Zieniewicz (red.), Warszawa 2004, s. 76-78.

W analogiczny sposób działają przeciwstawne określenia dotyczące numeracji III i IV Rzeczypospolitej oraz Polski solidarnej i liberalnej.

Numeracja nie jest jedynie problemem matematycznym. Ma także charakteryzować stanowisko formacji politycznych wobec zastanej rzeczywistości. Paradoksalnie obie zwalczające się formacje postsolidarnościowe przystępowały do wyborów w 2005 roku pod identycznymi hasłami: sanacji państwa oraz budowy IV RP<sup>12</sup>. Numeracja wyraźnie ma sygnalizować początek i nową rzeczywistość. Ma także przeciwstawić sobie przedstawicieli (w domyśle) nowego, sprawiedliwego porządku z rzecznikami starego i skompromitowanego aferami systemu. Jak można zauważyć, język polityki nie był językiem debaty i dyskusji, lecz walki prowadzonej w myśl zasady „kto nie z nami, ten przeciw nam”. Ta wojownicza postawa postrzegania rzeczywistości w dwuwymiarowej perspektywie znalazła nazwę (na gruncie psychiatrii) jako „funkcjonowanie w biało-czarnym paradygmacie”<sup>13</sup>. Jak zauważa Michał Głowiński niekończące się oskarżenia, niedomówienia, insynuacje oraz nadmierna podejrzliwość to tylko część elementów wprost zaczerpniętych z języka propagandy komunistycznej. Inną cechą charakterystyczną jest właśnie dychotomiczne widzenie świata, które nie dopuszcza żadnych niuansów i żadnych komplikacji<sup>14</sup>. Reguły dyskursu publicznego partii rządzącej ze zdumieniem zaczęły przypominać praktyki obowiązujące w rzeczywistości PRL. Przy tej okazji, w języku PiS obserwowana jest także sprzeczność ideowa. Otóż partia o korzeniach postsolidarnościowych, która przez cały okres swego istnienia (również w postaci Porozumienia Centrum) manifestowała swój krytyczny stosunek do władzy komunistycznej, czerpie inspiracje programowo-polityczne wprost z minionego okresu. Naczelne hasła PiS odnoszące się do etatystycznego funkcjonowania systemu ekonomicznego oraz do bezpieczeństwa publicznego, stanowią w dużym stopniu powtórzenie sposobu myślenia z okresu PRL. Choć twierdzenie Michała Głowińskiego o powrocie nowomowy, która szczególnie uwidoczniła się w okresie rządów PiS w latach 2005 – 2007 jest jak najbardziej trafne, jednak należy zaznaczyć, że ta szczególna forma manipulacji językiem przyjęta została również przez inne partie.

Szczególny paradoks powstaje w momencie porównywania obu zwalczających się formacji postsolidarnościowych i to nie ze względu na solidarnościowy rodowód polityczny oraz bliską współpracę w latach 2001 – 2005, ale ze względu na przyjętą taktykę rywalizacji. Okazuje się, że obie partie w kampanii wyborczej w 2007 roku starały się w równym stopniu manipulować rzeczywistością oraz zdyskredytować przeciwnika. Obaj przywódcy zwalczających się formacji akcentowali potrzebę bu-

<sup>12</sup> Jedną z pierwszych koncepcji hasła IV Rzeczpospolita sformułował socjolog, publicysta oraz poseł na Sejm V kadencji z listy PO Paweł Śpiewak, *Koniec złudzeń*, „Rzeczpospolita” 2003, wyd. 2830, s. X1.

<sup>13</sup> J. Podgórska, *Wstęp do psychiatrii politycznej. Rozmowa z Mileną Karlińską i Andrzejem Nehrebeckim z Polskiego Instytutu Psychoterapii Krótkoterminowej*, „Polityka” 2006, nr 43, s. 28-31; M. Dąbkowski, *Transgresja psychopatologii do polityki. O paranoicznym zaburzeniu osobowości*, „Athenaeum” 2008, vol.19, s. 78 – 91.

<sup>14</sup> M. Głowiński, *Dramat języka*, „Przegląd Polityczny” 2006, nr 78, s. 26-31.

dowy nowego państwa: Jarosław Kaczyński mówił o rewolucji moralnej, a Donald Tusk o budowie drugiej Irlandii. Obaj politycy posługiwali się wyłącznie monologiem, choć to wrażenie starali się zatrzeć dużą liczbą wieców i spotkań z wyborcami. Obie zwaśnione strony widziały również świat w dychotomiczny sposób, w którym dla PO głównym przeciwnikiem był PiS i odwrotnie. Obie te partie przesadnie też obrażały wzajemnie sympatyków i wyborców przeciwnika: elektorat PiS-u nazywany był prześmiewczo „moherowymi beretami”, PO „aksamitnymi kapelusami”. Jak się więc okazuje obie strony, pomimo wzajemnej niechęci, wiele łączyło.

Ponadto oba środowiska uważały, że mają rację (gdyż w polityce poczucie, że jest się jedynym dysponentem prawdy nie jest niczym wyjątkowym). Widoczne jest przekonanie – w postawie liderów partyjnych – o swoistej misji, namaszczeniu przez ducha historii i posiadaniu z tego tytułu legitymizacji do sprawowania władzy nad masami. Paradoksalnie ten pogląd obok PiS-u podzielała także Platforma, która ma wpisana w nazwie ideę „społeczeństwa obywatelskiego”. Jednak w ferworze walki politycznej – jak pisze Michał Głowiński – „ważne nie jest to, jaka rzeczywistość jest, ale to, jak ją władza postrzega, kreuje, ocenia”<sup>15</sup>.

Dzisiejszym politykom-manipulatorom warto przypomnieć fakt, że sztuka manipulacji nieodłącznie wpisana jest w ludzką naturę. Z pewnością w każdej działalności, a szczególnie w tej publicznej, jest ona obecna. Z pewnością też po dzisiejszych manipulacjach przyjdą następni, którzy sami – bez woli i zgody poprzedników – zinterpretują wydarzenia na własny użytek oraz według własnego kanonu wartości.

Celem artykułu jest także uświadomienie czytelnikowi wpływu mechanizmów manipulacji, jakim poddawani są wyborcy oraz badacze sceny politycznej (w tym również i sam autor niniejszego opracowania). Dlatego warto jest zachować ostrożność co do wypowiedzi i postaw polityków. Tym bardziej, że narzucony co najmniej od 2005 roku, dualistyczny model rywalizacji politycznej, jest w interesie obu zwalczających się formacji postsolidarnościowych. Dowodem na podtrzymanie tej tezy są wyniki wyborcze w wyborach samorządowych w 2002 roku. Obie partie uzyskały o wiele słabszy wynik, kiedy startowały razem jako koalicja wyborcza. „Wyniki koalicji PO-PiS w wyborach samorządowych nie były bardzo dobre i zostały zinterpretowane jako dowód na to, że nie warto razem iść do wyborów. Być może warto razem tworzyć rząd, ale walczyć należy oddzielnie”<sup>16</sup>. Od tamtego czasu obie partie uświadomiły sobie, że rywalizacja (a nie współpraca) jest w ich interesie. W ten sposób ukształtowane linie podziału pozwalają obu zantagonizowanym formacjom na dominującą pozycję w życiu politycznym.

<sup>15</sup> Idem, *Pisomowa czyli o wolnoamerykance językowej...*, s. 14-18.

<sup>16</sup> P. Zaremba, zapis rozmowy panelowej, [w:] M. Migalski (red.), *Prawica w Polsce 1989 – 2005*, Katowice 2005, s. 33.

## JĘZYK DYSKREDYTACJI W KAMPANII WYBORCZEJ 2007

Rywalizacja polityczna, która była niezwykle emocjonalna, przełożyła się na brutalność kampanii wyborczej, a wraz z nią na język, który odzwierciedlał nie tylko wizerunek partii, ale i także nastawienie formacji względem siebie. Ostrość sporów politycznych toczących się podczas kampanii przyciągała także większą niż dotychczas uwagę środków masowego przekazu. Ostra wymiana ciosów sprawiła, że politycy uznawani dotąd za umiarkowanych rzucili się w wir retoryki przedwyborczej. Szerokim echem odbiło się wystąpienie profesora Władysława Bartoszewskiego, z 29 września na konwencji wyborczej PO w Krakowie, który apelował: „Nie wiercie frustratom czy dewiantom psychicznym, którzy swoje problemy psychiczne odreagowują na narodzie. Ja chcę umrzeć w kraju wolnym i stabilnym! Kategorycznie wypraszam sobie lżenie Polski przez niekompetentnych członków rządu, niekompetentnych dyplomatów!”<sup>17</sup> Jak się okazuje, czasami chęć zwycięstwa prowadzi do tego, że wykorzystuje się znane i powszechnie uznawane autorytety do tego, aby wskazać słabości strony przeciwnej.

O obecności w mediach decydowała wyrazistość, a czasem i kontrowersyjność wypowiedzi. Aby móc się przebić należało skonstruować przejrzysty i jaskrawy przekaz, który stanowił gwarancję szerszego zaistnienia. Stąd zapewne niezwykle zacięty charakter kampanii wyborczej. Słowne ciosy wymieniane były na odległość podczas wyborczych spotkań. Premier mówił na kongresie wsi, aby nie wierzyć sondażom, które promują formacje tworzące ustrój III RP jak: LiD, PSL i PO. „Ta propaganda klęski ma służyć tym, którzy tutaj chcą wrócić do władzy, żeby wrócić do koryta i do rabunku”<sup>18</sup>. Ten sposób kompromitacji był nagminnie stosowany przez PiS. Wypowiedzi o zabarwieniu „wulgarnoeconomicznym”<sup>19</sup> miały sugerować słuchaczom, iż obok konkurencji partyjnej istnieją jeszcze przeciwnicy polityczni w postaci wpływowych środowisk, które to sprawując władzę w kraju, kierują się swym partykularnym interesem. Taki obraz PiS, jako jedynego sprawiedliwego i uczciwego ugrupowania, Jarosław Kaczyński starał się nieprzerwanie utrwalić. Platforma z kolei robiła wszystko, aby podważyć wizerunek PiS jako partii etycznej i uczciwej. Lider PO na spotkaniu partyjnym we Wrocławiu opowiadał historie o losie biednych dzieci, które spędzały wakacje na koloniach: „Tę przypowieść dedykuje nikczemnikom z Prawa i Sprawiedliwości, którzy są gotowi opluć i splugawić wszystko co święte i ważne”<sup>20</sup>.

Obie strony podczas rywalizacji próbowały nie tylko odmienić własny wizerunek publiczny, z różnym tego skutkiem, ale w kontekście dyskredytacji czyniły próby ujawnienia prawdziwych intencji swoich przeciwników. Ten demaskatorski charak-

<sup>17</sup> W. Bartoszewski, *Konwencja wyborcza PO w Krakowie*, za: Wydarzenia, TV Polsat, z dnia 29.09.2007.

<sup>18</sup> J. Kaczyński, za: Wiadomości, Program 1 TVP, z dnia 13.10.2007.

<sup>19</sup> M. Karwat, *op. cit.*, s. 237-238.

<sup>20</sup> D. Tusk, za: Wiadomości, Program 1 TVP, z dnia 19.10.2007.



ter dyskredytacji był najczęściej spotykanym sposobem krytyki w trakcie kampanii wyborczej w 2007 roku.

W katowickim Spodku na konwencji PiS można było się spodziewać podobnej retoryki, a także odpowiedzi na atak ze strony PO. Były owacje dla chorego premiera oraz ostre słowa dla Donalda Tuska. Jeden z legendarnych założycieli PO, a w kampanii z 2007 roku zagorzały przeciwnik Tuska i sojusznik PiS-u Maciej Płażyński stwierdził: „Donald Tusk wystąpił jako misjonarz miłości (...) Ja przyznaję, że znam Donalda jako misjonarza wolnego rynku”<sup>21</sup>. Z kolei minister kultury w rządzie PiS – Kazimierz Ujazdowski – dyskredytując przeciwników politycznych użył wyjątkowej, jak na toczący się w tej kampanii dyskurs – figury stylistycznej: „Polska lewica jest najbardziej anachroniczną formacją w Europie. Epoka dinozaurów jest bardziej współczesna od ich przesłania politycznego”<sup>22</sup>.

Obie strony wypomniały sobie nawzajem hipokryzję i obłudę oraz „nieszczerłość nie tylko w kwestii swych szczegółowych zamiarów, planów i posunięć, ale w ogóle w kwestii swojej tożsamości, charakteru, w jakim występuje, swojego tytułu (mandatu) do wystąpienia z propozycjami i roszczeniami”<sup>23</sup>. Charakterystyczna była atmosfera na tydzień przed zakończeniem kampanii wyborczej; zauważalny stawał się coraz ostrzejszy język rywalizacji wyborczej. Polityczni rywale obdarzali się nawzajem różnego rodzaju inwektywami typu: „dożynanie watah”, „wściekliczna polityczna” i „polityczni lenie”. W walce o wyborców byłego ministra obrony narodowej w rządzie PiS, kojarzonego do tej pory ze spokojem, umiarem i racjonalizmem politycznym, podczas przemówienia na konwencji PO poniosły emocje: „Jeszcze jedna bitwa, jeszcze dorżniemy watahy, wygramy tę batalię”<sup>24</sup>. Mocne słowa – wypowiedziane przez Radosława Sikorskiego – miały oznaczać silniejsze zasymilowanie się ze środowiskiem PO. Być może był to także pewien sposób na odżegnanie się od niedawnej przynależności politycznej. W tej sytuacji dyskredytacja służyła nie tylko do wyznaczenia linii podziału i określenia w nim własnego miejsca, ale była także dowodem na lojalność wobec nowego środowiska politycznego. Tę wojenną retorykę od razu podchwycił również PiS: „Powiedzmy także Radkowi Sikorskiemu: uciekłeś od nas, no trudno, nie uciekłeś z tonącego okrętu, uciekłeś z okrętu, który wygra bitwę”<sup>25</sup>.

Jak się wydaje, dyskurs polityczny został zantagonizowany do granic możliwości. Ważne było także nie to, co się mówi, ale również kto. Nieoczekiwanie w ostatnim dniu kampanii Platformę poparł były premier PiS-u Kazimierz Marcinkiewicz. To oczywiście spotkało się z krytycznymi komentarzami ze strony jego byłych kolegów partyjnych: „Donalda Tuska, którego tak pospiesznie chce poprzeć Kazimierz Mar-

<sup>21</sup> M. Płażyński za: Wydarzenia, TV Polsat, z dnia 14.10.2007.

<sup>22</sup> K. M. Ujazdowski, za: Wiadomości, Program 1 TVP, z dnia 14.10.2007.

<sup>23</sup> M. Karwat, *op. cit.*, s.56.

<sup>24</sup> R. Sikorski, konwencja PO, za: Wiadomości, Program 1 TVP, z dnia 14.10.2007.

<sup>25</sup> M. Kamiński, Konwencja wyborcza PiS w Katowicach, za: Wydarzenia, TV Polsat, z dnia 14.10.2007.

ciniewicz, sam kiedyś nazywał cieniasek; myślę, że były premier powinien się nad tym słowem głęboko zastanowić<sup>26</sup>.

Przejawem gorączki wyborczej były częste próby podważenia kompetencji i aury strony przeciwnej. Takie ciosy, w różnej formie i z obu stron były niezwykle częste w okresie kampanii. Okazuje się, że próby dyskredytacji były tak częste, że za pomocą tegoż zjawiska można opisać całą rywalizację polityczną w wyborach w 2007 roku. Celem wszystkich podmiotów politycznych, uczestniczących w wyścigu politycznym było przekonanie społeczeństwa do odrzucenia oferty składanej przez politycznych konkurentów. Ilustracją tej taktyki są właśnie wypowiedzi ośmieszające i podważające kompetencje głównych konkurentów PO, m. in. prof. Władysława Bartoszewskiego o „dyplomatołkach”, Donalda Tuska o „ludziach PO będących po jasnej stronie mocy” czy Radosława Sikorskiego o „dożynaniu watach.”

Jarosław Kaczyński w ostatnim dniu kampanii próbował zdyskredytować nie tylko merytoryczne przygotowanie i umiejętności swych politycznych oponentów do sprawowania władzy w kraju, ale również wskazywał, że nie zasługują oni na najwyższe urzędy w państwie ze względów etycznych. „Oni już kiedyś pokazali co potrafią, oni nawet głodem w Polsce, bo w Polsce kilkanaście lat temu był głód, wielu ludzi było głodnych, nawet głodem się nie przejmowali<sup>27</sup> – grzmiał premier, strasząc brakiem wrażliwości społecznej wśród polityków PO. Większość wydarzeń, które zaistniały podczas kampanii, miała charakter medialny i nie pozostawiała wiele miejsca na dyskusję merytoryczną.

Dyskurs polityczny, jaki toczył się pomiędzy największymi partiami, był wyjątkowy. Oba największe obozy polityczne starały się jak najbardziej zdyskredytować przeciwnika w oczach wyborców. Jarosław Kaczyński ostrzegał, że zwycięstwo sił opozycyjnych sprawi, że historia zatoczy koło: „Jeśli 21 października oni zwyciężą, nie będzie to nowy 4 czerwca 1992 roku, lecz nowy 13 grudnia 1981 roku. Dlatego nie mamy wyjścia, musimy zwyciężyć<sup>28</sup>.”

Przy okazji tej wypowiedzi warto wskazać też, iż w kampanii wyborczej w 2007 roku podnoszono kwestię walki ze środowiskiem postkomunistycznym. Przynależność do tej grupy, zdaniem partii postsolidarnościowych, miała podważać autorytet przeciwników. O ile jeszcze obok podziałów na Polskę solidarną i liberalną w 2005 roku zasadne wydawało się używanie języka walki z postkomunizmem jako rozwiązanie problemów wynikających z przeszłości, o tyle w kontekście zmonopolizowania sceny politycznej przez PO i PiS dużym zaskoczeniem było wzajemne oskarżanie się o reprezentowanie cech i interesów elit PRL-owskich. Kontrowersyjne i ostre komunikaty wyborcze miały wyraźnie – zdaniem ich nadawców – wskazać umiejscowienie własnej formacji.

Nie brakowało również retoryki antykomunistycznej po stronie Platformy, jednak zaznaczała się ona w relacjach z LiD, gdyż – jak należy przypuszczać – potrzeba odróż-

<sup>26</sup> J. Kurski, za: Wiadomości, Program 1 TVP, z dnia 19.10.2007.

<sup>27</sup> J. Kaczyński, za: Fakty, TVN, z dnia 19.10.2007.

<sup>28</sup> Idem, konwencja wyborcza PiS w Rzeszowie, za: Fakty, TVN, z dnia 22.09.2007.

nienia się od politycznego konkurenta była bardzo silna i zaznaczyła się podczas debaty lidera PO z byłym prezydentem Aleksandrem Kwaśniewskim. Platforma dodatkowo zrezygnowała z ostrej retoryki rozliczeniowej z przeszłością, gdyż nie chciała zrażać do siebie umiarkowanej grupy wyborców o prawicowych sympatiach, poza tym po lewej stronie pozostał dość pokaźny liczebnie, osierocony elektorat lewicowy. Posługiwanie się hasłami antykomunistycznymi mogłoby zniechęcić potencjalnych wyborców PO na lewicy.

Nieprzejednana i bezkompromisowa postawa wobec przeszłości bardziej charakteryzowała obóz braci Kaczyńskich niż PO, dlatego chęć odróżnienia się i w tym względzie była dodatkowym powodem artykułowania przez PO umiarkowanej krytyki poprzedniego systemu. Tym bardziej, że hasła dekomunizacji i lustracji przez dwie dekady transformacji politycznej stały się – w wyniku nieudolnych przedsięwzięć – karykaturą antykomunizmu. Część społeczeństwa przestała widzieć już sens tego typu działań rozliczeniowych, w szczególności młodzi ludzie, dla których okres PRL stanowił już tylko historię.

Platforma często podkreślała, że w jej szeregach znaleźli się przywódcy dawnej Solidarności m. in. Bogdan Borusewicz. PiS zaś często przywoływał słowa Jarosława Kaczyńskiego wypowiedziane rok wcześniej: „My stoimy tam gdzie wtedy, oni tam gdzie stało ZOMO”. Jak łatwo zauważyć, wypowiedź ta skonstruowana została w myśl zasady „Kto nie jest z nami, ten jest przeciw nam”. Tak zarysowany podział wzbudzał ogromny sprzeciw wśród środowisk, które były do tej pory neutralne w stosunku do partii Kaczyńskiego.

Druga strona nie pozostawała dłużna w oskarżeniach: „Obecnie rządzący mówią z taką samą butą jak komunistyczni ministrowie. Mówią, że jest świetnie, że są zadowoleni ze swojej dwuletniej pracy (...) Kiedy widzę premiera mówiącego te słowa, to jakbym widział Jerzego Urbana w 1981 roku”<sup>29</sup>. Na odpowiedź premiera lider PO nie musiał długo czekać: „Brak mu pewnego rodzaju cechy, która chyba trzeba nazwać godnością, bo umieć przegrać, to być człowiekiem godnym, otóż on nie potrafi”<sup>30</sup>.

Jak można zauważyć, politycy poruszając jeden temat, używali jednocześnie kilku sposobów dyskredytacji przeciwników. Próbowali zepchnąć konkurentów do jednej kategorii, nadając im te same cechy biograficzno-osobowe („dyskredytacja biograficzna”), wypominając w działaniu brak wartości („dyskredytacja ideowa”) oraz dezawuuując miejsce swoich przeciwników po prawej stronie sceny politycznej („dyskredytacja światopoglądowa”).

#### WALKA NA WIZERUNKI

Kampanię wyborczą z 2007 roku można porównać do wizerunkowej próby sił przeciwstawnych sobie obozów. Obie partie grały na lękach społecznych: „Podział

<sup>29</sup> D. Tusk, konwencja wyborcza PO w Gdańsku, za: Wydarzenia, TV Polsat, z dnia 07.10.2007.

<sup>30</sup> J. Kaczyński, konwencja wyborcza PiS w Kielcach, za: Wydarzenia, TV Polsat, z dnia 07.10.2007.

biedni – bogaci, uderzenie w milionerów, walka z korupcją i zagrożenie niemieckie to główne tematy kampanii partii Kaczyńskiego. [...] Z kolei Platforma skupiła się na rozliczaniu rządu PiS, pokazywaniu jego nieudolności i przekonywaniu, że stoimy przed wyborem między Wschodem i Zachodem”<sup>31</sup>.

Kampanii wyborczej towarzyszą emocje, a wraz z nimi ekspresja, która jest głównym źródłem politycznych sporów, co przekłada się także na kształt podziałów politycznych. PiS straszyło salonami i egoistycznymi interesami elit, a także zagrożeniem ze strony Niemiec i Unii Europejskiej, z kolei PO ostrzegała przed zepchnięciem Polski w polityczną prowincjonalność oraz przed utratą wpływu na kształt polityki europejskiej. Oczywiście inną sprawą jest to, czy sformułowane wzajemne zarzuty były realne, gdyż tak naprawdę były one produktem rywalizacji politycznej obu partyjnych sztabów.

PiS zarówno w kampanii w 2005, jak i w 2007 roku dbało o wizerunek partii egalitarnej, dokonywało bardzo prostego, dwubiegunowego podziału na biel i czerń. To dualistyczne postrzeganie rzeczywistości było także charakterystyczne dla podziału postkomunistycznego, niemniej jednak nowy podział opierał się na innym już znaczeniu. Negatywny stereotyp podzielił scenę polityczną na Polskę solidarną, reprezentowaną przez katolicyzm, egalitaryzm, a z drugiej strony na Polskę liberalną, reprezentowaną przez salonowy elitaryzm, kierujący się egoistycznym interesem. Rywalizacja polityczna z 2007 roku stanowiła powtórzenie tych samych argumentów co w 2005 roku, z tą jednak różnicą, że PiS mocniej zaakcentowało temat uczciwości w życiu publicznym. PiS w swej retoryce bardzo podkreślało walkę z korupcją, momentami wydawało się, że jest to jedyny program, z jakim startuje to ugrupowanie w wyścigu wyborczym. „W całej kampanii brakowało impulsu modernizacyjnego, elementu, który obecny był jeszcze w exposé premiera Kaczyńskiego. Walka z korupcją, słuszna sama w sobie, okazała się zbyt słabym motywem do mobilizacji wyborców”<sup>32</sup>.

PiS w swych komunikatach publicznych zupełnie ignorowało inne – niezwiązane z wymiarem sprawiedliwości – tematy. Pomimo kilku wystąpień i poruszanych problemów odbiegających od głównego profilu PiS, brakowało zagadnień społeczno-ekonomicznych, które – jeśli się pojawiały – zdominowane były ciężarem retoryki antykorupcyjnej.

Prawdziwym zwycięzcą okazał się ten, kto potrafił uzyskać poparcie jednej grupy, nie tracąc przy tym sympatii pozostałych. Gdyby PO w wyborach w 2007 roku twardo trzymała się retoryki liberalnej, z pewnością poniosłaby klęskę polityczną. Walka wyborcza nie polegała już na wyznaczaniu granic, które z racji swej specyfiki klasyfikują ugrupowania polityczne, tworząc barierę w kontaktach z grupami społecznymi o odmiennych poglądach politycznych. Aby uzyskać jak najlepszy wynik wyborczy, takie bariery powinno się przełamywać, dzięki czemu komunikaty trafiają do jak największej liczby osób. Środowisko polityczne braci Kaczyńskich było for-

<sup>31</sup> I. Janke, *Wojna na lęki i emocje*, „Rzeczpospolita” 2007, nr 4314, str. X1.

<sup>32</sup> P. Lisicki, *Silna polska demokracja*, „Rzeczpospolita” 2007, nr 247, str. A-02.

macją polityczną dość zamkniętą na pozyskiwanie nowych sympatyków. Potencjał wyborczy PiS-u skierowany był na przyciągnięcie i utrzymanie tylko jednej grupy, stąd partia nie mogła pozwolić sobie na zmianę profilu, gdyż straciłaby wcześniejsze poparcie, np. środowiska Radia Maryja. W ten oto sposób PiS stało się zakładnikiem własnej konserwatywno-radykalnej retoryki.

Walka z przestępczością, tzw. „układami”, liczne akcenty antyniemieckie, sceptycyzm co do procesów integracji z UE oraz zbyt radykalny tradycjonalizm posiadający pierwiastek nacjonalistyczny mocno ograniczyły grupę odbiorców PiS-u i dyskredytowały to ugrupowanie w oczach środowiska centroprawicowego. Partia Kaczyńskiego w 2007 roku straciła wyborców prawicowo-umiarkowanych, sympatyzujących jednocześnie z konserwatywnym środowiskiem PO. PiS nastawione na utrzymanie przy sobie elektoratu populistyczno-socjalnego nie potrafiło jednocześnie zatrzymać odpływu części wyborców centroprawicowych.

Niedawna koalicja PiS-u z LPR-em i Samoobroną kładła się cieniem na postrzeganie partii Jarosława Kaczyńskiego przez wyborców, w tym przede wszystkim przez ludzi młodych. PiS zawierając porozumienie rządowe, z czasem zaczęło być kojarzone ze swoimi koalicjantami, zresztą nie bez własnej winy, gdyż stopniowo przejmowało retorykę swoich politycznych partnerów. Czynnikiem dyskredytującym był dla PiS-u konserwatyzm kojarzony jednoznacznie z fundamentalizmem Romana Giertycha. Z kolei etykieta partii skrajnie ludowej, jaka przyłączyła się do PiS-u, była wynikiem współpracy z partią Andrzeja Leppera. Ta koalicja polityczna, o której najchętniej zapomnieliby Jarosław Kaczyński, była za każdym razem podkreślana przez przeciwników politycznych w myśl dyskredytacji „towarzyskiej”<sup>33</sup>.

Na tym tle opozycja, szczególnie PO ze swymi postulatami modernizacji kraju, stawała się w oczach młodych ludzi naturalnym zaprzeczeniem PiS. Wyborcy chcąc odsunąć zwolenników projektu IV RP, oddawali swój głos na kandydatów Platformy, co nie oznaczało, że jednocześnie akceptowali program i wizję partii Tuska. Dlatego przyczyną zwycięstwa PO była dość powszechnie odczuwana kompromitacja partii Kaczyńskiego, innymi słowy Platforma w 2007 roku uzyskała akredytację w wyniku dyskredytacji PiS.

Słabością PiS-u było to, że partia ta nie potrafiła się sprzeciwić medialnej kreacji swoich przeciwników, swoista etykieta „kaczyzmu”, która przyłączyła się do PiS, swoim brzmieniem wywoływała skojarzenia z komunizmem i faszyzmem: „W 1989 roku w pierwszych częściowo wolnych wyborach dostaliśmy szansę odebrać władzę komunistom. Jednak nawet tamta władza, mimo że dysponowała archiwami i podsłuchami, nie ważyła się ich użyć wobec »Solidarności«”. Kiszczak mógłby się uczyć od pana Kaczyńskiego i Kamińskiego”<sup>34</sup>. Zamiast walczyć ze społecznym stereotypem „kaczyzmu”, liderzy PiS dawali swoim przeciwnikom – niemal w prezencie – kolejne

<sup>33</sup> M. Karwat, *op. cit.*, s.233.

<sup>34</sup> D. Tusk na konwencji wyborczej w Białymstoku 17.10.2007, za: T. Gardziel, S. Gawroński, *op. cit.*, s.111.

argumenty, przemawiające za odsunięciem partii Kaczyńskiego od władzy. Można stwierdzić, że porażka wyborcza PiS była skutkiem nie tyle siły argumentów politycznych oponentów, ile błędów PiS w kampanii wyborczej. Zbyt duża pewność siebie – zresztą nieukrywana przez Jarosława Kaczyńskiego – spotęgowała tylko potknięcia sztabu PiS.

Stereotyp PiS-u jako partii zaściankowej, nad wyraz religijnej oraz zacofanej wykorzystany był przez opozycję w przekazach kierowanych do ludzi młodych. Ten wizerunek podświadomie używany był podczas inicjatyw społecznych mobilizujących młodzież do wzięcia udziału w wyborach. Po raz pierwszy do mobilizacji młodego elektoratu wykorzystany został na taką skalę nie tylko Internet, ale i także wiadomości tekstowe w telefonach komórkowych. „SMS-owa akcja »Zabierz babci dowód« była hitem tej kampanii. Miała uniemożliwić oddanie głosu na PiS, gdyż elektorat tej partii składa się głównie ze starszych ludzi”<sup>35</sup>.

Znaczna większość profrekwencyjnych reklam społecznych, tworzonych przez organizacje pozarządowe, była utrzymana w konwencji młodzieżowej, tzn. w rodzaju teledysku, albo kreskówki. Ta ostatnia forma wykorzystana była przez koalicję 21 października.pl. Jak zauważa Marek Migalski: „była to agitacja w formie ludycznej, zabawowej, a więc mogła pobudzić przede wszystkim młodzież”<sup>36</sup>. Jednak młodzieżowy i zabawny styl zachęcania do głosowania wywoływał także kontrowersje. Najwięcej wątpliwości wzbudziło przewodnie hasło: „Zmień kraj. Idź na wybory”<sup>37</sup>.

Po kampanii wyborczej Jarosław Kaczyński powiązał porażkę PiS z tą akcją społeczną i przyznał, że „Najbardziej spektakularnym elementem tej kampanii była akcja telewizyjna „Idź na wybory – zmień Polskę”, która trwała w TVP nawet podczas ciszy wyborczej<sup>38</sup>. I dodał, że: „Gdyby było tylko »idź na wybory«, to byłoby OK. Ale było tam jeszcze »zmień Polskę«”<sup>39</sup>. Głównym zarzutem PiS był fakt, że hasło sugeruje jednoznacznie, aby podczas głosowania opowiedzieć się przeciwko ekipie rządzącej.

Podczas swych dwuletnich rządów, jak i podczas kampanii, PiS nie ukrywało, że korzysta z poparcia środowisk związanych z Radiem Maryja. Widocznym tego przykładem było wstawiennictwo premiera w obronie toruńskiej rozgłośni wobec na półoficjalnej krytyki kardynała Stanisława Dziwisza<sup>40</sup>. Publiczna polemika z krytyką części hierarchii kościelnej oraz pochwała działalności Radia Maryja: „Ono zmieniło Polskę i że przy wszystkich wadach ta zmiana była elementem budowy szansy na IV

<sup>35</sup> J. Zawadzki, *Babcia dowodu nie oddała*, „Gazeta Wyborcza” 2007, nr 247, s. 5.

<sup>36</sup> M. Migalski [w:] M. Szymaniak, *Pokolenie iPod2 ma głos*, „Życie Warszawy” z dnia 30.11.2007.

<sup>37</sup> U. Jabłońska, W. Karpieszuk, *Namawiali: do urn!*, „Gazeta Wyborcza” 2007, nr 247, s.6.

<sup>38</sup> A. Sopińska, B. Waszkielewicz, *Tych wyborów i tak byśmy nie wygrali*, „Rzeczpospolita” 2007, nr 251, s. A-20.

<sup>39</sup> B. Waszkielewicz, A. Sopińska, K. Manys, *Przeegrani w wyborach uderzają się w piersi*, „Rzeczpospolita” 2007, nr 249, s. A-04.

<sup>40</sup> Tak mówił kard. Stanisław Dziwisz 25 sierpnia na Jasnej Górze do Rady Stałej i biskupów diecezjalnych. Cały tekst wystąpienia kard. Dziwisza w sprawie Radia Maryja i duszpasterstwa w Polsce zob. *Nikt nas nie wyręczy*, „Tygodnik Powszechny” 2007, nr 36.

Rzeczypospolitą, na to, że Polska przestanie być oligarchią, że się zmieni<sup>741</sup> – wywołała fatalny efekt wśród wyborców prawicowych o umiarkowanych poglądach na sprawę roli Kościoła w życiu publicznym. Tym bardziej, że zaakcentowanie bliskości ideologiczno-programowej z nurtem radykalnego katolicyzmu nie przyniosło żadnej korzyści dla PiS, gdyż sympatię środowisk katolickich partia Kaczyńskiego miała i tak zagwarantowaną, jednak nie zaskarbiła sobie sympatii środowisk centroprawicowych.

Jeden błąd czy nieprzemyślana wypowiedź oczywiście nie musi zmieniać sondaży wyborczych, czy też biegu wydarzeń kampanii wyborczej. Jednak istotne jest to, że w kampanii PiS popełniło zbyt dużo błędów, które umiejętnie wykorzystała opozycja. W wyniku bezkompromisowej i jednoznacznej postawy partia Kaczyńskiego zrazała do siebie wiele środowisk społecznych. Ludwik Dorn, który w wywiadzie prasowym, używając nazwy „wykształciuchy” w pejoratywny sposób odniósł się do środowisk uważanych za inteligenckie, skutecznie zniechęcił i skompromitował swą partię w oczach tegoż środowiska<sup>42</sup>. Nie precyzując dokładnie adresata, sprawił, że wiele osób reprezentujących środowiska inteligenckie poczuło się obrażonych.

Hasła o „rządach miłości”, a za nimi treści i komunikaty o nadziei, energii Polaków, optymizmie i zadowoleniu wygrały ze sposobem prezentacji rzeczywistości poprzez hasła walki, nieufności, a także agresji w wykonaniu PiS. „Platforma wygrała wybory na przeciwstawieniu się stylowi PiS, na pokazaniu innego sposobu uprawiania polityki, mówienia całkiem innym językiem<sup>743</sup>”.

Jednak w kontekście autodyskredytacji wystarczyło wykorzystać błędy przeciwników, aby zgromadzić sympatie wyborców wokół swojej partii. Pozytywny wizerunek PO nie powstał więc z inicjatywy jej samej, lecz wziął się z błędów popełnionych podczas kampanii wyborczej przez PiS. Jednym z ważniejszych epizodów w kampanii, który podważył uczciwy wizerunek PiS, była odmowa wydania zgody na przyjazd obserwatorów OBWE na wybory parlamentarne w 2007 roku. Jak zauważają badacze: „[...] można było wysnuć wniosek, iż w istocie PiS prowadzi nieczystą grę i obawia się jej ujawnienia przed wyborami<sup>744</sup>”. Tym samym zbudowana została wizja państwa zagrożonego przez autorytarnych braci, a PO wykreowała siebie jako przywódcę ruchu w obronie demokracji.

Jak można zauważyć przy okazji każdej kampanii wyborczej, cała taktyka opiera się na tym, aby jak największa liczba osób uznała określoną partię za swoją reprezentację. Ta banalna zasada każdego wyścigu wyborczego często jest ignorowana przez partie polityczne. Przekłada się to także na język publiczny, dzieląc rzeczywistość na „my i oni”, „swoich i obcych”.

Według PiS swoi to przede wszystkim: Polacy, katolicy, uczciwi, zgodnie z hasłem „Polska prawa, Polska sprawiedliwa”. Do grupy obcych zaliczono zarówno

<sup>41</sup> J. Kaczyński, za: „Sygnałach Dnia”, Polskie Radio, Program 1, z dnia 05.09.2007.

<sup>42</sup> Ludwik Dorn, *Dzięki nam Polska znowu ruszyła do przodu*, „Dziennik” z dnia 26-27.08.2006.

<sup>43</sup> A. Materska-Sosnowska, *op. cit.*, s. A-16.

<sup>44</sup> T. Gardziel, S. Gawroński, *Wybory 2007, Partie programy kampania wyborcza*, Rzeszów 2008, s.181.

zwolenników PO, jak i sympatyków postkomunistycznej lewicy, których synonimem była korupcja, egoizm, kosmopolityzm. Taki podział korespondował z podziałem na III RP i IV RP. PiS często podkreślało w swoim przesłaniu wyborczym bliskość wobec wartości narodowych, np. „Dbamy o Polskę. Dbamy o Polaków”. Na przeciwnym biegunie PiS umiejscawiło swojego niedoszłego koalicjanta: „PO zbyt silnie tkwi w strukturach Europejskiej Partii Ludowej, co, niestety, oznacza dziś akceptację dominacji niemieckiej. A każda dominacja jest skrajnie szkodliwa dla Polski i dla Europy”<sup>45</sup>. Przy pomocy retoryki z 2007 roku, jak i wcześniejszej o „dziadku z Wehrmachtu” z 2005 roku, PiS chciało przekonać wyborców, że jest jedyną partią działającą zgodnie z interesem Polski.

Po przeciwnej stronie usytuowała się Platforma, głosząca wartości demokratycznego państwa, tolerancji, otwartości, a kolektywistycznemu nastawieniu PiS przeciwstawiała indywidualizm. W kampanii wyborczej Tusk zaprezentował się jako człowiek łagodny, spokojny: „Kiedy w ostatnich tygodniach, a szczególnie w ostatnich godzinach padły znowu bardzo ciężkie, nikczemne słowa ze strony naszych konkurentów, to ja dziś proszę wszystkich ludzi Platformy, nie odpowiadajcie tym samym”<sup>46</sup>.

Z pewnością na PO głosowali nie tylko ludzie czujący się beneficjentami przemian dokonujących się w Polsce, ale też ludzie, którzy zmęczeni byli stylem uprawiania polityki przez PiS. Odwołanie się do społecznej energii oraz do analogii rozwoju gospodarczego krajów zachodniej Europy silnie korespondowało z oczekiwaniami społecznymi. Donald Tusk wielokrotnie przekonywał: „(...) skoro udało się w Irlandii, dlaczego ma nie udać się w Polsce? Przecież Polacy to wielki i mądry naród. Polskę też stać na swój cud gospodarczy. Musimy tylko wygrać te wybory”<sup>47</sup>. Z jednej strony mamy więc pragmatyków, a z drugiej idealistów. Ci pierwsi używali języka spokoju, optymizmu i życzliwości zespolonego z swobodnym stylem Tuska, drudzy byli zupełnym przeciwieństwem – odwoływali się do martyrologii narodowej i podniosłej atmosfery, skupiali się wyłącznie na zwalczaniu słabości i patologii, co w połączeniu z oficjalnym i sztywnym stylem lidera PiS dawało nieprzyjemne wrażenie.

Dualistyczny model rywalizacji politycznej był wyraźnie widoczny w sposobie prowadzenia kampanii wyborczej. Rzeczywistość wyborcza przedstawiana była w biało-czarnych barwach zarówno w warstwie słownej, jak i wizualnej. Każda z rywalizujących stron starała się narzucić swój sposób widzenia. Platforma używała w komunikatach wyborczych słów dyskredytujących okres rządów PiS, jak: „pogarda”, „oszczerstwa” i „agresja”. Starała się niemal w manichejski sposób opisać toczącą się walkę, pozycjonując się po stronie świata opatrzonego hasłami „spokój”, „szacunek” i „budowanie”. Także w formie wizualnej tonacja kolorów konfrontowała przeciw sobie obie strony. Platforma na billboardach oraz w spotach reklamowych

<sup>45</sup> Układ z Kaczmarkiem, *Rozmowa z Jarosławem Kaczyńskim premierem RP*, „Wprost” 2007, nr 34, s.24.

<sup>46</sup> Konwencja PO w Warszawie za: Wiadomości, Program 1 TVP, z dnia.14.10.2007.

<sup>47</sup> Spot PO: *Krótki film o życiu*.



przedstawiała własne ideały w jasnych barwach, natomiast swoich przeciwników opisywała w ponurych i ciemnych tonacjach<sup>48</sup>. Warto w tym miejscu odnotować pierwsze reklamy telewizyjne PO, których ostrze wyraźnie było skierowane przeciw politycznym konkurentom. Okres rządów PiS oraz główni bohaterowie spotu, m. in. dyrektor Radia Maryja, byli przedstawiani w czarnych barwach. Analogiczny sposób kreowania świata miał miejsce w następnych klipach wyborczych. Reklama Platformy z 6 października pt. *Krótki film o życiu* składała się z dwóch części. Pierwsza z nich utrzymana była w przygnębiającej stylistyce, opisując sytuację w Polsce podczas rządów PiS. Natomiast druga część obrazowała wizję przyszłości pod rządami PO, którą przedstawiano w jasnych i żywych kolorach, a w tle słychać było radosną muzykę. Ten dualistyczny obraz świata obecny był często w nawoływaniach przewodniczącego Platformy, który począwszy od 2005 roku, poprzez kampanię wyborczą z 2007 roku, mobilizował elektorat słowami: „Stańmy po jasnej stronie mocy”<sup>49</sup>.

Wybory w 2007 roku przyniosły jeszcze większą dynamikę i ostrość podziałów. Zaczerpnięte z hollywoodzkich filmów i często przejawione porównania słowne do „jasnej i ciemnej strony mocy” dynamizowały dualistyczne pojmowanie rzeczywistości politycznej. Żadna ze stron zresztą nie była odporna na pokusę siły negacji. W tym miejscu wyłania się kolejna specyfika polskich wyborów. Otóż zarówno w 2007 roku, jak i we wcześniejszych elekcjach wyborcy głosowali przeciw komuś lub czemuś, a nie za określoną ideą polityczną, wizją lub modelem państwa<sup>50</sup>.

Stawka wyborów była bardzo wysoka. Otóż podobnie jak w 1989 roku, większość społeczeństwa uczestnicząca w wyborach oddawała swój głos przeciw dotychczasowym rządóm. Podobna sytuacja zaistniała w 2007 roku. W tej kampanii wyborczej wyborcy głosując za PO, oddawali głos przeciw PiS-owi, tym samym akt wyborczy ograniczał się raczej do udzielenia poparcia lub dezaprobaty wobec rządów PiS. Skoro opowiedzenie się po jednej ze stron miałyby przynieść albo „13 grudnia” albo powrót „Jarosława Kaczyńskiego jako faszysty”, tym większa była chęć do wzięcia udziału w tym ważnym wydarzeniu. Taki sposób postrzegania rywalizacji politycznej nadawał także tym wyboróm charakter plebiscytowy, w którym społeczeństwo miało opowiedzieć się za lub przeciw rządóm PiS. „Wynik odzwierciedla charakter tych wyborów. W kampanii była wyraźna linia podziału: PiS – PO. Mniejsze partie zostały zmarginalizowane”<sup>51</sup>.

Przy używaniu dyskredytacji jako narzędzia walki politycznej należy pamiętać, aby samemu nie wpaść we własne sidła. W takim przypadku będziemy mieli do czynienia z autodyskredytacją. Wybory w 2007 roku często obfitowały w takie wy-

<sup>48</sup> T. Gardziel, S. Gawroński, *op. cit.*, s. 96 – 96.

<sup>49</sup> Słowa te padły po raz pierwszy podczas posiedzenia Rady Krajowej PO 16 lipca 2005 r., za: P. Wroński, *Platforma rzuciła listy*, „Gazeta Wyborcza”, 2005 r., nr 165, s. 3

<sup>50</sup> J. Chłopecki [w:] T. Gardziel, S. Gawroński, *op. cit.*, s.10.

<sup>51</sup> J. Raciborski [w:] *Prawie cała Polska dla Platformy Obywatelskiej*, „Rzeczpospolita” 2007, nr 247, s. A-12.

darzenia. I to w głównej mierze pomyłki oraz wpadki jednej partii kreśliły scenariusz kampanii wyborczej.

Ilustracją tego zjawiska jest w pierwszej kolejności próba zdyskredytowania szczerości i uczciwości polityków PO wskutek nagłośnienia prowokacji CBA, polegającej na wręczeniu posłance PO tzw. łapówki kontrolowanej. Zwłoka w czasie z ujawnieniem materiałów operacyjnych dotyczących zatrzymania Beaty Sawickiej przez CBA dopiero w momencie widocznej przewagi Platformy w sondażach może wskazywać, iż zwołanie konferencji prasowej przez tę służbę właśnie 16 października mogło być działaniem na zlecenie polityczne. „Wzbudzało to uzasadnione podejrzenia odłożenia tej kwestii do czasu końcówki kampanii wyborczej jako swoistego »asa w rękawiek«<sup>52</sup>. Wydarzenia następnego dnia wymknęły się spod kontroli autorom teje politycznej prowokacji. Społeczeństwo zamiast chciwego aferzysty ujrzalo płaczącą i bezbronną kobietę. Z pewnością dużą rolę odegrał tu emocjonalny przekaz, który wpisywał się w stereotyp autorytarnego stylu sprawowania władzy przez PiS. Posłanka przedstawiła się jako ofiara służb specjalnych, a swoje położenie kilkakrotnie określiła na podobieństwo losu Barbary Blidy. Zamiast publicznego potępienia wygenerowany został ogólnospołeczny żal i sprzeciw wobec tego typu działań służb specjalnych, jednoznacznie kojarzonych z rządami PiS. Ukazanie technik stosowanych przez Centralne Biuro Antykorupcyjne wobec Beaty Sawickiej oraz kulisów sprawy i polityczne wykorzystanie podjętych działań przez polityków PiS nie pozostawiało wątpliwości, że ujawnienie tego rodzaju sprawy na finiszu kampanii wyborczej można zinterpretować jako działanie na zlecenie polityczne<sup>53</sup>. Uwikłanie służb specjalnych w kampanię wyborczą, pośrednio potwierdził sam szef CBA Mariusz Kamiński, mówiąc, że: „Robi to, by wyborcy wiedzieli, na kogo głosują”<sup>54</sup>. Coś, co mogło pogryźć głównych przeciwników PiS, stało się samobójczym strzałem dla partii Jarosława Kaczyńskiego. Ponadto walka z korupcją z zasady szczytna i uprawniona moralnie, często przeradzała się w karykaturę, gdzie okazywało się, że każdy bogaty człowiek lub też osoba, która odniosła sukcesu zawodowy, automatycznie w retoryce PiS stawała się podejrzana.

Największa rola w dyskredytacji przypada opinii publicznej, która ma być swobodnym sędzią w walce politycznej. Bez niej dyskredytacja nie ma siły rażenia. Co więcej, w walce politycznej pierwszorzędną rolę odgrywa opinia publiczna, a nie ława przysięgłych czy też niezawisły sąd. Choć oczywiście wszelkie spory podczas kampanii wyborczej rozstrzygane są w trybie wyborczym, to jednak „nie sądy będą głosować, więc też nie o ich przychyłność toczy się walka”<sup>55</sup>. Przez cały czas kampanii zabiega się o uznanie i względy społeczne, kreując własny obraz, przy jednoczesnym manipulowaniu wizerunkiem politycznego konkurenta.

<sup>52</sup> M. Kanabaj, *Ewolucja metod i narzędzi kampanii negatywnej w latach 2005-2007*, „Athenaeum” 2008, vol.19, s.123

<sup>53</sup> T. Gardziel, S. Gawroński, *op. cit.*, s.110

<sup>54</sup> M. Kamiński za: [http://wyborcza.pl/1,76842,5255382,CBA\\_\\_Sawicka\\_i\\_FBI.html](http://wyborcza.pl/1,76842,5255382,CBA__Sawicka_i_FBI.html)

<sup>55</sup> A. Woźniak, *op. cit.*, s.152.

## TRANSFERY POLITYCZNE

Kampania wyborcza obfitowała również w liczne transfery polityczne, które – jak się zdaje – miały podważyć wiarygodność przeciwników w oczach wyborców. Każda negatywna opinia wypowiedziana pod adresem dawnych sprzymierzeńców jest bolesnym ciosem dla środowiska politycznego, jednak – jak można zauważyć – z jednej, jak i z drugiej strony nie brak było spektakularnych przejść pomiędzy wrogimi sobie obozami politycznymi. Z PO odszedł Jan Rokita, a przyszli do tej partii z PiS: Antoni Mężydło, Radosław Sikorski i Bogdan Borusewicz. W zamian PiS przyciągnął – jednego z założycieli Platformy Obywatelskiej – Macieja Płażyńskiego.

Najbardziej spektakularnym wydarzeniem było zatrudnienie w Kancelarii Prezydenta Nelly Rokity. Niedwuznaczna sytuacja, w jakiej znalazł się Jan Rokita, nie przyniosła ogromnych konsekwencji dla spójnego wizerunku PO. W pewien sposób była to nawet przysługa dla liderów Platformy. Usunięcie się z życia politycznego jednej z czołowych postaci partyjnych było na rękę liderom PO, gdyż od pewnego już czasu Rokita był mocno skonfliktowany z władzami partii.

Efekt tych transferów trudny jest do oceny, gdyż za każdą zmianą politycznych barw z jednej strony, następowała polityczna odpowiedź z przeciwnego obozu. Polityczne adopcje znanych polityków z PO były neutralizowane przejściem znanych polityków kojarzonych do tej pory z PiS, dlatego trudno jest wskazać zwycięzcę tego transferowego pojedynku.

Na uwagę zasługuje poparcie udzielone przez prof. Władysława Bartoszewskiego oraz w ostatnich dniach byłego premiera w rządzie PiS Kazimierza Marcinkiewicza, a także spotkanie lidera PO z kardynałem Stanisławem Dziwiszem, które mogło być odebrane jako poparcie dla tejże formacji. Wybory w 2007 roku były pod względem personalizacji niespotykaną do tej pory rywalizacją polityczną. Styl zachowania, prowadzenia debaty publicznej, sztuka prezentacji szefa partii niewątpliwie mocno przekładała się na popularność partii. Po raz pierwszy położono tak silny nacisk na promocję liderów politycznych.

Transfery polityczne, wokół których próbowano wzbudzić wiele emocji, określano językiem zaczerpniętym z pogranicza „pirotechniki” jako bomby i kapiszony. Pierwsza taka metafora użyta była jako medialna zapowiedź startu wyborczego w szeregach PO – jednego z historycznych liderów Solidarności – Bogdana Borusewicza, druga natomiast miała oznaczać porażkę oraz umniejszenie znaczenia tegoż transferu, co doczekało się sparodiowania i trawestacji w postaci „przemokniętego kapiszona”.

Polityczne transfery nie tylko osłabiały personalnie partię przeciwną, ale też były czytelnym sygnałem dla wyborców, że partia, z której odchodzą znane twarze, nie jest warta społecznego zaufania. Ponadto adopcja polityczna zmienia także profil partii. Dzięki obecności polityków wyraźnie kojarzonych do tej pory z PiS, Platforma wzmacniała swą pozycję na polu prawicowym, nie pozbywając się przy tym wartości liberalnych. Dzięki temu partia, im więcej miała w swym repertuarze

politycznym znanych polityków reprezentujących różne środowiska, tym większy posiadała potencjał przyciągania wyborców do siebie.

#### DEBATY TELEWIZYJNE JAKO NARZĘDZIE DYSKREDYTACJI

Innym wydarzeniem politycznym z okresu kampanii, które odmieniło losy partii politycznych i wpłynęło na zmianę poparcia partyjnego, były debaty polityczne. Do tej pory te formy swoistej komunikacji polityków z wyborcami były zarezerwowane w głównej mierze dla kampanii prezydenckich.

Kompromitacją dla PiS-u zakończyło się starcie telewizyjne z udziałem Jarosława Kaczyńskiego i Donalda Tuska. W opinii komentatorów i widzów lider opozycji odniósł w tym pojedynku zwycięstwo. Przegrana debata była bolesnym ciosem dla PiS, jednak dyskwalifikujący w oczach opinii publicznej był nie tylko wynik pojedynku, ale i wcześniejsze zapewnienia Kaczyńskiego, że lider opozycji nie jest wart rozmowy, a także konferencja prasowa premiera zaraz po debacie, w której ogłosił swoje zwycięstwo: „Czuję się zwycięzcą tej debaty i to takim całkowicie jednoznacznym”<sup>56</sup>.

Początkowo Platforma postrzegana była jako formacja polityczna o dość słabej sile przebicia, a także jako środowisko polityczne pozbawione woli walki<sup>57</sup>. Dużą zasługę dla wizerunku tej formacji miała postawa samego lidera, któremu brakowało na początku kampanii wyborczej siły, przebojowości, a co najważniejsze charyzmy politycznej<sup>58</sup>. Znamiennym przykładem jest postrzeganie szans Donalda Tuska na zwycięstwo w pojedynku telewizyjnym podczas debaty z Jarosławem Kaczyńskim i Aleksandrem Kwaśniewskim<sup>59</sup>. Sondáže przeprowadzone przez GfK Polonia wyraźnie odzwierciedlały odczucia społeczne, a także postrzeganie stylu prowadzenia kampanii przez formację PO.

Uczestnictwo w debacie politycznej było szansą na zmianę własnego wizerunku oraz punktem zwrotnym dla egzystencji Platformy. Zaskoczenie obserwatorów i badaczy sceny politycznej błyskotliwym zwycięstwem szczególnie w debacie z Jarosławem Kaczyńskim było tym większe, iż było ono nieprzewidziane: „[...] godząc się na starcie z Aleksandrem Kwaśniewskim i odmawiając go Donaldowi Tuskowi, premier chciał podzielić elektorat Platformy, ale tę próbę przegrał. – Okazał się za słabym przeciwnikiem. Tusk w końcu zmusił go do debaty, która dała PO drugi od-

<sup>56</sup> J. Kaczyński, *Wiadomości*, Program 1 TVP, z dnia 13.10.2007.

<sup>57</sup> W. Gadomski, *Wszystkie twarze Donalda Tuska*, „Gazeta Wyborcza” 2007, nr 252, s. 16.

<sup>58</sup> N. Maliszewski, *Donald Tusk – szczęściarz czy talent?* „Rzeczpospolita” 2007, nr 266, s. A-14.

<sup>59</sup> Sondaż telefoniczny GfK Polonia przeprowadzony 4 października na próbie 500-osobowej: 58 procent badanych uważa, że gdyby doszło do pojedynku Tusk – Kwaśniewski, to wygrałby go były prezydent. Zwycięstwo Tuska przewiduje 26 procent. 16 procent nie potrafi wskazać faworyta. W pojedynku z Jarosławem Kaczyńskim, Donald Tusk wypada nieco lepiej. Jednak 44 procent respondentów za faworyta takiej konfrontacji uznaje obecnego premiera. Zwycięstwo Tuska przewiduje 39 procent badanych, a 17 procent nie ma zdania, za: <http://www.wprost.pl/ar/115097/Dwie-debaty-Tuska/>

dech. Premier ją zlekceważył i lider PO go wypunktował<sup>60</sup>. Miażdżące zwycięstwo Tuska w starciu Kaczyńskim pozwoliło PO poszybować w sondażach oraz stało się wręcz elementem akredytacji do władzy dla tej partii.

To była debata polegająca na walce, kto zada więcej ciosów, czyje będą mocniejsze, i kogo uda się mocniej pogrążyć. Telewizyjne starcie przemieniło się w pojedynek na argumenty i kontrargumenty. Niemal od samego początku ciosy zadawał wyłącznie Tusk. Kaczyński zepchnięty do defensywy, zmuszony został do tłumaczenia się z decyzji podjętych w okresie dwuletnich rządów. Lider PO dość celnie punktował przeciwnika: wypominał ustępstwa wobec górników oraz stanowczość i siłę wobec pielęgniarek, sprostował argumentację przeciwnika dotyczącą finansowania służby zdrowia – „to nie rząd dał pieniądze na służbę zdrowia, to ze składki zdrowotnej są te pieniądze, a więc to podatnicy, wy państwo widzowie na tę służbę zdrowia zapłaciliście”<sup>61</sup>. Następny cios dotyczył pytania o 3 mln mieszkań: „domy buduje się Panie premierze przy pomocy cegieł, a nie przy pomocy walki z układami”<sup>62</sup>. Przewodniczący PO podkreślił także, że w odróżnieniu od prezesa PIS posiada prawo jazdy i sam jeździ po polskich drogach, a nie jest wożony. Do listy celnych ukłuc należą pytania o tanie państwo i 300 mln zł wydatków na obie kancelarie, które pozostało bez odpowiedzi premiera. Lider PO wytykał zły stan dróg, antagonizowanie grup społecznych i w końcu koalicję z Samoobroną i LPR. Według specjalistów znajomość konkretów z życia codziennego, choć to premier był typowany na początku na faworyta, przyniosła liderowi PO sukces. Jednak zauważyć należy, że lider PO skutecznie wykorzystał wszystkie atuty opozycji i celnie dyskredytował premiera, posługując się krytyką na argumenty, wykorzystując także figury retoryczne i w końcu żart oraz parodię. „Premierowi nie udało się niczego konkretnego powiedzieć, to były duże ogólniki, a łatwo jest, będąc liderem opozycji punktować coś, co było nie tak, czego nie dokonaliście”<sup>63</sup>.

Ustalenia sztabowców były takie, że sympatycy mogą jedynie kibicować swoim faworytom, ale jak się w praktyce okazało publiczność PO, siedząca tuż za premierem, reagowała wyjątkowo żywiołowo. Według Jadwigi Staniszkis pomoc publiczności miała wpływ na wynik pojedynku: „To bardzo rozgrzewało Tuska, jednak w takich debatach ważne jest napięcie emocjonalne. Zbijało z tropu, ci ludzie siedzieli za Kaczyńskim, on ich nie widział, nie widział ich twarzy. Tusk właściwie miał cały czas kontakt wzrokowy z nimi”<sup>64</sup>.

Zdaniem Marka Migalskiego, lider PO był lepszy, bo umiał wejść w buty premiera: „Tusk prezentował się jako człowiek z ludu [...] wiedzący jak wygląda zwykle

<sup>60</sup> J. Flis [w:] B. Waszkielewicz, *Telewizyjny sposób na zwycięstwo*, „Rzeczpospolita” 2007, nr 243, s. A-04.

<sup>61</sup> Zapis debaty wyborczej, za: [http://www.dziennik.pl/polityka/article56605/Pelny\\_zapis\\_debaty\\_wyborczej.html](http://www.dziennik.pl/polityka/article56605/Pelny_zapis_debaty_wyborczej.html)

<sup>62</sup> *Ibidem*.

<sup>63</sup> A. Materska, wypowiedź dla Wiadomości, Program 1 TVP, z dnia 13.10.2007.

<sup>64</sup> J. Staniszkis, wypowiedź dla Wiadomości, Program 1 TVP, z dnia 13.10.2007.

życie człowieka. Wepchnął Kaczyńskiego w bycie elitą, establishmentem, salonem, w osobę, która jeździ z ochroniarzami, która boi się ludzi<sup>65</sup>. Tusk zaprezentował się jako zwykły człowiek, cierpiący na te same problemy co reszta społeczeństwa, dzięki czemu wzbudził sympatię i zjednał sobie życzliwość widzów. Tuskowi udało się trudna sztuka odebrania PiS-owi wizerunku partii, która reprezentuje zwykłych ludzi.

Na uwagę zasługuje także przygotowanie Tuska – nie tylko co do liczb i konkre-  
tów, ale oparte na z góry ułożonych i zaplanowanych odpowiedziach oraz ripostach: „Jarosław Kaczyński wypadł słabiej, niż w debacie z Aleksandrem Kwaśniewskim i wygląda na to, choć mało kto się tego spodziewał, że trafił na zdecydowanie lepiej przygotowanego i mocniejszego przeciwnika, który – w większości przypadków – miał konkretne przemyślane wypowiedzi”<sup>66</sup>. Znacząca była odpowiedź na pytanie o wydatki na utrzymanie biurokracji, jednak Tusk zapowiedział, że w następnej części rozszerzy swą wypowiedź i przytoczy szczegóły. Zupełnie jakby lider PO miał przygotowane argumenty na konkretnie określony temat i dopiero wydobywał je w z góry zaplanowanym czasie, przez co w zachowaniu Tuska było mniej spontaniczności, a więcej scenariusza, którego się kurczowo trzymał.

Paradoksalnie Tusk wykorzystał, a nawet wzmocnił silne strony swojego przeciwnika z poprzedniej debaty: spokój, opanowanie oraz znajomość konkretów. „Tusk wszedł w rolę dawnego Kaczyńskiego, był skoncentrowany, precyzyjny. Kaczyński kilkakrotnie wypadł z roli, tłumaczył się, niechętnie odsłonił kulisy działania swojego rządu. Chodzi na przykład o fragment, gdy powiedział, że za Samoobroną non stop chodzili ludzie z CBA”<sup>67</sup>. Do listy kompromitujących okoliczności zaliczyć należy historię opowiedzianą przez Tuska o noszeniu broni przez premiera na początku lat 90. Oczywiście opowieść ta w zamierzeniu autorów miała skompromitować lidera PiS, jako osobę skłoną do używania siły i przemocy, co miało korespondować z autorytarnym wizerunkiem tej partii.

Formacja Kaczyńskiego przekonywała wyborców, że jako jedyna partia walczy z „elitami”, „salonem”, „korporacjami” w imię interesu jednostki. Platforma również, starając się pokazać jako partia bliska ludziom, udawała poprzez wizerunek swojego lidera, że problemy codziennej egzystencji są jej bliskie. Tusk zaprezentował się podczas debaty telewizyjnej jako człowiek z ludu, jako zwyczajny obywatel, prowadzący samodzielnie samochód i znający stan polskich dróg, znający zarówno zarobki pracowników budżetówki, jak i ceny podstawowych produktów. Głównym sukcesem lidera Platformy okazało się skuteczne zakwalifikowanie przeciwnika do oderwanych od życia elit i salonów. W pojedynku o względy przeciętnego wyborcy zwyciężcą okazała się PO. Natomiast PiS stało się ofiarą własnej retoryki, walcząc do

<sup>65</sup> M. Migalski, wypowiedź dla TVP Info, z dnia 13.10.2007.

<sup>66</sup> J. Flis, *Tusk mocniejszym przeciwnikiem niż Kwaśniewski*, [w:] *Komentatorzy są zgodni: debatę wygrał Tusk*, za: <http://wiadomosci.gazeta.pl/Wiadomosci/1,80708,4574786.html>

<sup>67</sup> Prof. Godzic, *Zdecydowanie debatę wygrał Tusk*, za: <http://wiadomosci.gazeta.pl/Wiadomosci/1,80708,4574450.html>

tej pory z establishmentem, samo zostało zaliczone do elit, które bojąc się kontaktu z ludźmi, jeżdżą z ochroną.

Sukcesem PO okazało się skuteczne połączenie elitarności oraz ambicji i nadziei ludzi sukcesu z otwartością na ludzkie troski, problemy codziennej egzystencji przeciętnych obywateli. W przekazie Platformy występowała równowaga pomiędzy apoteozą liberalnych przekształceń gospodarczych, jak i troską oraz zrozumieniem dla ludzi zmagających się z ciężarem polskiej transformacji. Partia Tuska pokazała, że z optymizmem patrzy na procesy integracyjne z UE, podkreśla otwartość na światowe procesy, czym zjednała sobie sympatie części wyborców, a szczególnie ludzi młodych. Równocześnie akcentowała tradycyjne wartości oraz opinię kościoła, czego dowodem może być spotkanie z kardynałem Stanisławem Dziwiszem lub apel wystosowany przez lidera PO z prośbą o wystąpienie w Radiu Maryja. Ten eklektyczny wizerunek PO był odzwierciedleniem przyjęcia i realizowania strategii modelu partii typu *catch all*. Platforma nie stawiała wyborców w trudnej sytuacji, aby nie musieli przekładać swojego katolicyzmu i tradycji nad liberalizm gospodarczy i odwrotnie. Formacja Donalda Tuska starała się udowodnić, że potrafi połączyć sprzeczne idee, jak: modernizacja gospodarcza, poszanowanie praw jednostki, tolerancja z konserwatyzmem obyczajowym i szacunkiem do tradycji.

#### ZAKOŃCZENIE

Wskutek rywalizacji partyjnej za każdym razem starano się przybliżyć społeczeństwu nowe podziały polityczne. Jednak konfrontacja polityczna, jaką próbowano nakreślić, a także ugruntować w odbiorze społecznym, w dość znacznym stopniu opierała się na agresywnych atakach, pozostawiając na marginesie kwestie merytoryczne. Oczywiście dyskusje liderów partyjnych na temat programu politycznego nie przyciągałyby takiej uwagi społeczeństwa, jak zażarte i widowiskowe spory na temat odmiennych wizji modelu państwa. Pod tym względem każda agresywna i brutalna walka wyborcza skupia na sobie większą uwagę środków masowego przekazu, co przekłada się na poziom frekwencji wyborczej.

Wybory w 2007 roku ostatecznie potwierdziły rozłam pomiędzy siłami postsolidarnościowymi. Każda ze stron podejmując atak dyskredytacyjny, dokonywała tego w przekonaniu o słuszności swojego stanowiska. Narosłe spory i różnice wykreowały dwa odmienne i przeciwstawne sobie obozy polityczne, których walka zdominowała życie polityczne w kraju. Paradoksalnie mechanizmy dyskredytacji więcej mówią o nadawcy niż o adresacie. Jeśli jeszcze obie formacje posiadały dość duży potencjał koalicyjny w postaci wspólnego elektoratu, to w 2007 roku ostatecznie ostatnie więzy pomiędzy nimi zostały zerwane.

## ABSTRACT

While watching political contest that had place in choice election in 2007 year, there is possible conclusion that electoral battle has brought whole range of possibilities to discredit political opponent. Also, it is possible to get the impression, that electoral campaign was only about discrediting of political adversaries.

Diverse capabilities of political disgrace seem to be typical part of electoral campaign. It is worth to notice that discrediting is more common in electoral campaign for presidency rather than parliament elections campaign. It is because it is more effective to embarrass one leader than whole group of people. That can be unreadable in conditions of parliamentary campaigns and not enough demonstrative. Stronger personalization of electoral contest in 2007 has caused that messages compromising opposite part were simple for addressing.

Each political formation has to present opponents' worst side by emphasizing some negative attributes or by reducing certain positive specificity. Any aspects of manipulations have been already present in politics for a long time. History of party relations between PiS and PO is the history of efforts to discredit each other.

**Keywords:** discreditation, political manipulation, political competition, election campaign, political marketing, mediatization

Marek Górka: absolwent politologii na UMK w Toruniu, doktorant na Wydziale Nauk Politycznych Akademii Humanistycznej im. Aleksandra Gieysztora w Pułtusku