

Idea debaty a reguły interakcji w formatach polskich telewizyjnych debat przedwyborczych

Agnieszka Budzyńska-Daca

Znaczenie telewizyjnych debat przedwyborczych rozpatrywać można z dwóch perspektyw: z punktu widzenia ich wpływu na decyzję obywateli jako ważnego elementu kampanii wyborczej i z perspektywy szerszej, jako narzędzia komunikowania polityków z wyborcami w demokratycznych systemach rządów. Te dwie perspektywy mają wspólne pole odniesień: właściwości komunikatu perswazyjnego wysyłanego do odbiorców. Pierwsza z perspektyw ważniejsza będzie dla polityków, ich doradców i sztabów wyborczych, dla badaczy marketingu politycznego, druga natomiast bliższa będzie odbiorcom debaty, niezależnym organizacjom sponsorującym¹ to wydarzenie medialne, badaczom języka polityki i komunikacji publicznej.

Opinie na temat wpływu debat na wynik wyborów są podzielone². Entuzjaści podkreślają fakt, że są one, z kilku powodów, jednymi z najważniejszych wydarzeń w kampanii wyborczej. Po pierwsze, z uwagi na ich funkcję informacyjną. Są dłuższe niż telewizyjne spoty,

co umożliwia głębsze przedstawienie kwestii programowych. Po drugie, dają możliwość pokazania różnic między kandydatami i to zarówno w kwestiach programowych, jak i osobowościowych. Po trzecie wreszcie, kandydaci prezentują się na żywo, spontanicznie odpowiadają na niespodziewane pytania, co pozwala wyborcom przyrzeć się naturalnym reakcjom polityków, którzy są wówczas bardziej autentyczni, niż w przygotowanych uprzednio wypowiedziach przedstawianych w spotach wyborczych³. Debaty są kluczowymi momentami (*focal points*) całej kampanii wyborczej⁴ czy wręcz miniaturowymi kampaniami⁵.

Z drugiej strony są też głosy podważające znaczenie debaty telewizyjnej jako istotnego narzędzia komunikowania polityków z obywatelami, które ma znaczący wpływ na rozstrzygnięcia przy urnie wyborczej. Meadow pisze o micie pierwszej amerykańskiej debaty między Kennedym a Nixonem i jej znaczeniu dla rozstrzygnięć wyborczych⁶. Debatujący, z uwagi

¹ W Stanach Zjednoczonych organizowaniem debat zajmuje się powołana w 1987 r. Commission on Presidential Debates. Zob. szerzej: T. Pludowski, *Komunikacja polityczna w amerykańskich kampaniach wyborczych*, Warszawa 2008, s. 122–123.

² W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2006, s. 353–386.

³ W.L. Benoit, J.R. Henson, *A Functional Analysis of the 2006 Canadian and 2007 Australian Election Debates*, „Argumentation and Advocacy” Vol. 44 (2007), s. 36–48.

⁴ D.P. Carlin, *Presidential debates as focal points for campaign arguments*, „Political Communication” 9 (1992), s. 251–265.

⁵ T. Faas, J. Maier, *Mobilisierung, Verstärkung, Konversion? Ergebnisse eines Experiments zur Wahrnehmung der Fernsehduelle im Vorfeld der Bundestagswahl 2002*, „Politische Vierteljahresschrift” 45 (2004), s. 56; tychże, *‘Miniature Campaigns’ in Comparison: The German Televised Debates, 2002–2009*, „German Politics” Vol. 20 (2011), nr 1, s. 75–91.

⁶ R.G. Meadow, *The triple agenda of presidential debates revised: Audience and the implications of sponsorship*. Paper presented at the Speech Communication Association Convention, San Francisco, CA, November 1989,

na ograniczony czas wypowiedzi, mogą jedynie skrótowo odnieść się do ważnych problemów państwa, przedstawiając ogólniki znane z całej kampanii wyborczej⁷. Zasadnicza rozgrywka należy do dziennikarzy komentujących jej przebieg, spin doktorów robiących szum wokół wyników debaty. Te elementy wchodzą w obszar strategii działań właściwych dla okresu po debacie (*post-debate strategies*)⁸.

Przedwyborcze debaty telewizyjne odbywają się w wielu krajach⁹. W Polsce tzw. wielkie debaty (ten termin pojawił się w dyskursie badawczym po 1960 r. i analizach starć Kennedy–Nixon)¹⁰ odbywały się dotąd czterokrotnie (w latach: 1995, 2005, 2007, 2010), w Stanach

Zjednoczonych dziesięciokrotnie¹¹. W Niemczech przyjmuje się podział debat ze względu na realizowany format: debaty w latach 1972, 1976, 1980, 1983, 1987 odbywały się przy udziale uczestników wszystkich dużych partii. Telewizyjne pojedynki w latach 2002, 2005 i 2009 określa się jako debaty w stylu amerykańskim, czyli z udziałem dwóch kandydatów¹². We Francji przedwyborcze starcia w kampanii prezydenckiej, tzw. debaty przed drugą turą, miały miejsce w latach 1974, 1981, 1988, 1995, 2007¹³.

Zestawienie stanu badań nad polskimi debatami przedwyborczymi¹⁴ z analogicznym dorobkiem badawczym poświęconym amerykań-

s. 21–22, [za:] S.A. Hellweg, M. Pfau, S.R. Brydon, *Televised Presidential Debates: Advocacy in Contemporary America*, New York 1992, s. 36.

⁷ L.F. Bitzer, T. Rueter, *Carter vs. Ford: The counterfeit debates of 1976*, Madison, Wis. 1980; R.G. Meadow, *Televised presidential debates as whistle stop speeches*, [w:] *Televised coverage of the 1980 presidential campaign*, ed. W.C. Adams, Norwood, NJ 1983, s. 89–102.

⁸ R.V. Friedenberg, *Patterns and Trends in National Political Debates: 1960–1996*, [w:] *Rhetorical Studies of National Political Debates - 1996*, ed. R.V. Friedenberg, Westport, CT 1997, s. 84.

⁹ Do 2006 r. odnotowano je w Australii, Kanadzie, Francji, Niemczech, Grecji, Holandii, Izraelu, Nowej Zelandii, Szkocji, Korei Południowej, Szwecji, Polsce, na Tajwanie, Ukrainie i w Stanach Zjednoczonych. S. Coleman, *Meaningful Political Debate in the Age of the Soundbite*, [w:] *Televised Election Debates: International Perspectives*, ed. S. Coleman, London 2000, s. 1–24; W. Benoit, L. Sheaffer, *Functional Theory and Political Discourse: Televised Debates in Israel and the United States*, „Journalism and Mass Communication Quarterly” Vol. 83 (2006), s. 281–297. Do tej listy w ostatnich latach dołączyły: Brazylia, Bułgaria, Finlandia, Gwatemala, Hiszpania, Indonezja, Iran, Jamajka, Meksyk, Nigeria, RPA i Wenezuela.

¹⁰ *The Great Debates: Background, Perspective, Effects*, ed. S. Kraus, Bloomington, IN 1962.

¹¹ W latach: 1960, 1976, 1980, 1984, 1988, 1992, 1996, 2000, 2004, 2008.

¹² T. Faas, J. Maier, *Chancellor-Candidates in the 2002 Televised Debates*, „German Politics” Vol. 13 (2004), nr 2, s. 300–316; tychże, ‘Miniature Campaigns’...

¹³ *Face à face. Le débat télévisé au second tour de l'élection présidentielle (1974–1995)*, www.leboucher.com [dostęp: 12.02.2011].

¹⁴ K. Pankowski, *Wpływ debat telewizyjnych na preferencje i zachowania wyborcze*, [w:] *Prognozy i wybory: Polska demokracja '95*, pod red. L. Kolarskiej-Bobińskiej, R. Markowskiego, Warszawa 1997, s. 147–166; W. Godzic, *Telewizja jako kultura*, Kraków 1999, s. 62–81; K. Buczak-Sawczyńska, *Retoryczne strategie ataku i obrony jako element dialogu w debatach prezydenckich*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1/2, s. 91–100; też, *Debata prezydencka: między agonem a dialogiem*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 1/2, s. 34–46; D. Galasinski, *Strategies of Talking to Each Other: Rule Breaking in Polish Presidential Debates*, „Journal of Language and Social Psychology” 17 (June 1998), s. 165–82; D. Galasiński, A. Jaworski, *Unilateral Norm Breaking in a Presidential Debate: Lech Wałęsa versus Aleksander Kwaśniewski*, „Research on Language and Social Interaction” 33 (2000), 3, s. 321–345; M. Mazur, *Telewizyjne debaty prezydenckie na przykładzie USA i Polski*, [w:] *Media i komunikowanie w społeczeństwie demokratycznym*, pod red. S. Michalczyka, Sosnowiec 2006, s. 158–179; J. Smół, *Debata wyborcza w świetle zasad etykiety językowej*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza” T. 14 (2007), s. 77–90; A. Budzyńska-Daca, *Taktyka mutatio controversiae i sposoby jej realizacji na przykładzie debat przedwyborczych*, „Forum Artis Rhetoricae” 2009, nr 3/4, s. 24–51; też, *Format from the rhetorical perspective – principles of the Polish pre-electoral TV debates in 1995–2010*, [w:] *Rhetoric and Politics*, pod red. M. Załęskiej, Newcastle, UK [w druku]; M. Piasecki, *Wyborcze debaty telewizyjne w Polsce. Funkcjonalna analiza dyskursu politycznego*, [w:] *Studia empiryczne nad komunikowaniem politycznym w Polsce*, pod red. B. Dobek-Ostrowskiej i K. Majdeckiej, Wrocław 2011, s. 123–151; A. Budzyńska-Daca, *Debata konkursowa i telewizyjne debaty przedwyborcze – problemy dispositio w dwóch realizacjach gatunkowych*, „Forum Artis Rhetoricae” 2011, nr 2, s. 137–153.

skim debatom zmusza do sformułowania wniosków o fragmentaryczności naszych analiz, braku syntezy zjawiska, a przede wszystkim braku postulatów normatywnych dotyczących organizacji przedwyborczych starć w Polsce. Niniejsza propozycja jest próbą spojrzenia na dorobek naszych debat od 1995 do 2010 r., z uwzględnieniem jednakże dość wąskiego, acz niezwykle istotnego problemu, a mianowicie reguł interakcji ustalonych w formatach debat.

Format debaty

O udanej debacie decyduje i odpowiednio dobrany temat, i strategie argumentacyjne mówców, ale także, a może przede wszystkim, format¹⁵, czyli zespół reguł dotyczących przebiegu spotkania, uzgodniony uprzednio przez organizatorów i zaakceptowany przez uczestników. Badacze podkreślają, że to format, bardziej niż inne aspekty, był przyczyną gorszej prezentacji jednego z kandydatów w debacie Kennedy–Nixon¹⁶. Wskazuje się też na wadliwy format spotkań Carter–Ford, gdzie uzgodnione reguły ograniczały argumentację¹⁷. Typ i zasady formatu wpływają na relacje między kandydatami, na to, jak przebiega argumentacyjne starcie między nimi¹⁸.

W pięćdziesięcioletniej tradycji debat wielkich w Stanach Zjednoczonych przetestowano wiele formatów. Można je sprowadzić do

trzech typów: 1) *press conference format*, konferencja prasowa, gdzie pytania kandydatom zadają zaproszeni dziennikarze, 2) *town hall meeting format*, gdzie pytania zadaje zgromadzona publiczność, 3) *a single moderator format* – spotkanie prowadzone przez jednego moderatora, który jednocześnie zadaje pytania kandydatom¹⁹. Podstawą powyższego rozróżnienia jest wybór osób zadających pytania w debacie jako istotny czynnik wpływający na dramaturgię spotkania. W ramach każdego z typów formatów uzgadniane są szczegółowe reguły wyznaczające porządek interakcji (kto, do kogo i w jaki sposób kieruje pytania), czas wypowiedzi polityków, kolejność i charakter odpowiedzi (możliwość ripostowania lub jej brak), sposób umiejscowienia uczestników debaty w przestrzeni (mikrosytuacji telewizyjnej), udział widowni w debacie, szczegóły scenografii, sposób kadrowania uczestników i widowni, a także inne detale związane z strategiami sztabów wyborczych i potencjałem produkcyjnym nadawcy telewizyjnego.

Reguły formatu przedwyborczych debat telewizyjnych kształtowane są przez kilka czynników. Po pierwsze, podstawą do ustalenia reguł jest retoryczny wzorzec gatunkowy, który najlepiej realizowany jest w tzw. debatach konkursowych²⁰, gdzie obowiązuje porządek wypowiedzi poszczególnych uczestników, czas i kolej-

¹⁵ R.J. Branham, *Debate and Critical Analysis: The Harmony of Conflict*, Hillsdale, NJ 1991.

¹⁶ S. Kraus, *Televised Presidential Debates and Public Policy*, 2nd ed., New York 2000, s. 31.

¹⁷ L.F. Bitzer, T. Rueter, *Carter vs. Ford...*

¹⁸ *The effects of presidential debate formats on clash: A comparative analysis*, aut. D.B. Carlin i in., „Argumentation and Advocacy” Vol. 27 (1991), s. 126–136; D.B. Carlin, E. Morris, S. Smith, *The influence of format and questions on candidates' argument choices in the 2000 presidential debates*, „American Behavioral Scientist” Vol. 44 (2001), s. 2196–2218.

¹⁹ R.M. Perloff, *Political Communication: Politics, Press, and Public in America*, New York 1998, s. 384–385; M. Piasecki, *Prezydenckie debaty telewizyjne w USA w 2008 r. Analiza zawartości*, „Studia Medioznawcze” 2009, nr 2, s. 68–69.

²⁰ Wśród najbardziej popularnych formatów debat konkursowych w Stanach Zjednoczonych wymienia się sześć: Policy Debate, Lincoln–Douglas Debate, Parliamentary Debate – NPDA, Parliamentary Debate – Worlds Style of European/British Parliament, Public Forum, Karl Popper Debate. *Discovering the World through Debate: A Practical Guide to Educational Debate for Debaters, Coaches and Judges*, aut. R. Trapp i in., New York 2005; G. Rybold, *Speaking, Listening and Understanding: Debate for Non-Native English Speakers*, New York 2006; por. J. Szeja, *Debata szkolna jako element kształcenia retorycznego*, [w:] *Uwieść słowem czyli retoryka stosowana*, red. nauk. J.Z. Lichański, Warszawa 2003, s. 109–122; tegoż, *Debata szkolna – współczesna retoryka stosowana – jako metoda kształcenia*, [w:] *Nauczanie retoryki w teorii i praktyce*, pod red. J.Z. Lichańskiego, E. Lewandowskiej-Tarasiuk, Warszawa 2003, s. 165–179; szerzej o porównaniu debat konkursowych z przedwyborczymi zob. A. Budzyńska-Daca, *Debata konkursowa...*

ność wystąpień z podziałem na strefy argumentacyjne. W wypowiedziach argumentacyjnych wyróżnia się część o charakterze konstruktywnym (konfirmacja) i część odpierającą (refutacja). Wypowiedzi konstruktywne pojawiają się jako pierwsze w debacie, repliki następują po nich. Zwykle też czas na replikę w debacie jest krótszy, niż na część konstruktywną. Ważne jest, aby każdy uczestnik dysponował tym samym przedziałem czasu na swoje wypowiedzi²¹.

Po drugie, na kształt debaty jako wydarzenia medialnego wpływ ma nadawca telewizyjny, który oferuje określone możliwości, ale i narzuca ograniczenia w zakresie realizacji i emisji debaty (zwłaszcza w przypadku debat odbywających się w studiu telewizyjnym). Po trzecie wreszcie, format, czyli reguły spotkania, ustalają w drodze negocjacji sztaby wyborcze zgodnie ze strategią i taktykami, jakie zamierzają w trakcie spotkania realizować. Debata jest starciem, pojedynkiem słownym, który prowadzi się zgodnie z regułami sztuki, dla którego ustala się miejsce i czas spotkania, opracowuje taktyki ataku i obrony. Określa się sfery tego, co dozwolone, obowiązujące, i tego, co zabronione. Pierwszy czynnik, który wpływa na kształt formatu, pochodzi z reguł retorycznej sztuki debaty. Drugi, związany jest z medium (w tym wypadku telewizją) transmitującym debaty dla audytorium. I trzeci czynnik, który wpływa na kształt formatu, związany jest z indywidualną strategią retoryczną mówców. Czynnik pierwszy stanowi o ciągłości gatunkowej debaty telewizyjnej i jest względnie stały. Zbyt duże ingerencje ze strony negocjujących warunki spotkania sztabów wyborczych w strukturę debaty, a więc unieważnianie założeń tkwiących w podstawie gatunkowej, skutkuje odejściem od wzorca debaty, a w rezultacie wpływa na mniejszą przejrzystość argumentacyjną i powoduje, że debata staje się jedynie widowiskiem medialnym, debatą pozorną²². Należy podkreślić, że w tak kształtowanym procesie przygotowywa-

nia debaty podczas negocjacji reguł formatu nikt nie reprezentuje wyborców, czyli tych, dla których debata jest organizowana²³.

Aby zapewnić odbiorcom jak najlepsze warunki do rzetelnej oceny argumentacji obydwu stron, debata powinna, zdaniem Jeffreya Auera, spełniać pięć istotnych warunków: 1) być konfrontacją 2) w jednakowej i odpowiedniej ilości czasu 3) równych zawodników 4) nad ustaloną kwestią 5) w celu uzyskania decyzji publiczności. Każdy z tych elementów jest istotny, jeśli chcemy mówić o prawdziwej debacie²⁴. Niespełnienie tych reguł w debatach telewizyjnych czyni je debatami pozornymi. Definicja Auera pojawiła się w dyskusji toczącej się wśród amerykańskich badaczy po pierwszych telewizyjnych debatach w Stanach Zjednoczonych. Wyniknęła z potrzeby uporządkowania reguł tej decydującej często o rozstrzygnięciach wyborczych formy komunikowania politycznego. Skoro wydarzenie tak krótkotrwałe może mieć wpływ na opinie wyborców, należy ująć je w procedury metodologiczne, ukształtować jego formułę, aby nie była zawłaszczana przez sztaby wyborcze polityków, ale spełniała rolę instytucji demokratycznej, w której struktury politycy wpisują swój przekaz.

Auer, zarzucając pierwszym debatom amerykańskim – między Nixonem a Kennedym – niespełnianie standardów prawdziwej debaty, opiera się na założeniach dotyczących powinności demokratycznie wybieranych przywódców, którzy mają obowiązek rzetelnie przedstawić wyborcom swój projekt zarządzania państwem. Rzetelność i otwartość w przedstawianiu programu politycznego polega między innymi na wykazaniu różnic w stosunku do kontrkandydata i temu służyć ma debata. Do wyborców należy osąd, która z koncepcji rządów jest lepsza. Osąd wyborców wtedy będzie sprawiedliwy, jeśli konfrontacja kandydatów będzie się odbywać wedle uczciwych, przejrzystych reguł, które pozwolą politykom nie

²¹ R.J. Branham, *Debate...*

²² A. Budzyńska-Daca, *Format...*

²³ R.V. Friedenberg, *Patterns and Trends...*, s. 207.

²⁴ J. Auer, *The Counterfeit Debates*, [w:] *The Great Debates...*, s. 146.

tylko zaprezentować swoje racje, ale też odnieść się krytycznie do racji przeciwnika, rozwiązać wątpliwości audytorium. Taka uczciwa debata społeczeństwu się należy.

Krytyka Auera, opublikowana w 1962 r., była głoszona w społeczeństwie o znacznie niższym stopniu zmediatyzowania. Dziś nie ma szans na to, aby utrzymać widzów przed telewizorami na wielogodzinnym przedstawieniu rozpisany na dwóch aktorów. W większości debat na świecie przyjęto więc czas 60–90 minut jako optymalny dla transmisji debaty w telewizji i radiu. Spotkanie kandydatów musi mieć charakter dynamiczny. Tego oczekują odbiorcy. Wystarczy porównać długość mów wstępnych i końcowych w kolejnych debatach amerykańskich²⁵. Widać wyraźnie, że struktura interakcji debaty ewoluuje w kierunku częstszych wymian. Postulat Auera dotyczący zapewnienia wystarczającego czasu do wyłożenia poglądów obydwu stron jest w debatach telewizyjnych nie do spełnienia (choć można wydłużyć dyskusję nad jedną kwestią w trakcie spotkania, ograniczając jednocześnie liczbę tychże kwestii; por. debaty brytyjskie – tabela 2). Zwraca się natomiast uwagę na równy podział czasu dla każdego z mówiących.

Aby zapewnić odpowiednią, zgodną z prawidłami retorycznej sztuki debaty konfrontację, w poszczególnych segmentach zognisko-

wanych wokół pytania moderatora (dziennikarza, uczestnika widowni) powinien być realizowany taki porządek interakcji, jak przedstawiony w tabeli 1²⁶.

Kategorie argumentacji konfirmatywnej i refutacyjnej zostały wprowadzone, aby odróżnić odpowiedź kandydata na zadane mu pytanie od repliki odnoszącej się do wypowiedzi kontrkandydata (refutacja). To rozróżnienie ma charakter formalny i dotyczy ustalonych reguł, a nie rzeczywistych wypowiedzi. W praktyce bowiem elementy refutacyjne współwystępują w odpowiedzi na pytania razem z argumentacją konfirmatywną. Porządek interakcji przedstawiony w tabeli uwzględnia po pierwsze: zasadę równowagi sił (taka sama możliwość argumentacji konfirmatywnej i refutacyjnej), po drugie: zasadę bezstronności (jednakowe pytanie dla wszystkich) i po trzecie: możliwość konfrontacji poglądów (wydzielenie refutacji). Jeśli np. moderator zadaje pytanie: jaka powinna być polska polityka wobec Rosji?, każdy z kandydatów ma możliwość przedstawienia własnej wizji. Ma też możliwość krytycznej oceny wizji konkurenta politycznego. Takie rozplanowanie interakcji gwarantuje porządek wypowiedzi, zapewnia też porządek odbioru. Audytorium spodziewa się, znając wcześniej reguły interakcji, że w tych dwóch wypowiedziach otrzyma

Tabela 1. Porządek interakcji w obrębie jednego segmentu (sekwencji tematycznej)

Osoba pytająca	Kandydat
Jednakowe pytanie postawione obydwu kandydatom	argumentacja konfirmatywna kandydata A argumentacja konfirmatywna kandydata B argumentacja refutacyjna kandydata A argumentacja refutacyjna kandydata B

Źródło: Wszystkie tabele w opracowaniu własnym.

²⁵ W ewolucji debat amerykańskich widać wyraźnie tendencję do skracania czasu na wypowiedź przy jednoczesnym zwiększaniu liczby argumentacyjnych wymian między kandydatami. Makrologiczny typ debaty (makrologia – z gr. rozwlekłość mowy), jaki reprezentowały słynne starcia między Lincolnem a Douglasem z 1858 r., które dla wielu badaczy amerykańskich stanowiły punkt odniesienia, wyparte zostały przez model brachylogiczny (brachylogia – z gr. zwięzłość wystowienia). Każda z siedmiu debat Lincoln–Douglas trwała 3 godz. Pierwszy z uczestników mówił przez godzinę, drugi miał półtorej godziny i na koniec uczestnik pierwszy przez pół godziny odpowiadał na argumenty oponenta. Jeszcze w pierwszych debatach telewizyjnych między Nixonem a Kennedym oświadczenia wstępne trwały 8 min. Obecnie czas na jedną ciągłą wypowiedź to maksimum 2 min.

²⁶ A. Budzyńska-Daca, *Format...*

z dwóch stron zachętę do poparcia promowanych projektów/pomysłów/programów i pozna krytyczne oceny tychże. Akceptacja tego modelu interakcji wymusza na politykach dyscyplinę w organizacji wypowiedzi. Co więcej, skłania moderatora/dziennikarzy do formułowanie pytań krótkich i bezstronnych. Ogranicza pozycję pytających.

Przykładem realizacji powyższego modelu interakcji były pierwsze przedwyborcze debaty telewizyjne w Wielkiej Brytanii (15, 22 i 29 kwietnia 2010 r.). Brało w nich udział trzech kandydatów: urzędujący premier Gordon Brown reprezentujący Partię Pracy, David Cameron, lider konserwatystów, i Nick Clegg reprezentujący Liberalnych Demokratów. Poszczególne spotkania odbywały się w różnych miejscach i produkowane były przez różne telewizje (ITV, Sky News, BBC). Każde spotkanie prowadził inny moderator²⁷, a pytania zadawali wyborcy z okręgów, w których odbywały się debaty (format typu *town hall*). Każdy z segmentów (sekwencji tematycznych) zogniskowany był wokół pytania zadawanego przez członka publiczności. Przed rozpoczęciem debaty każdy z polityków wygłosił mowę wstępną (1 min), a po zakończeniu ośmiu segmentów mowę końcową (1,5 min)²⁸.

Zwracam uwagę na rozplanowanie argumentacji wedle rygorów debat konkursowych, z wydzieleniem części refutacyjnej dla każdego z kandydatów. Na jedną sekwencję tematyczną przeznaczono 10 min, a wszystkie debaty składały się z ośmiu tak uporządkowanych segmentów²⁹. Format przyjęty w debatach brytyjskich pozwolił wykorzystać możliwości interakcji między kandydatami zgodnie z założeniami, jakie ma wypełniać debata w demokracji. Alan Schroeder tak oto ocenił trzy debaty brytyjskie: „Pięćdziesięcioletnia historia instytucji debat prezydenckich w Stanach Zjednoczonych miała duży wpływ na realizację pierwszych debat parlamentarnych w Wielkiej Brytanii. W ostatecznym rozrachunku jednak Ameryka może brać lekcje od swoich uczniów”³⁰.

Formaty polskich telewizyjnych debat przedwyborczych z lat 1995–2010

Polskie telewizyjne debaty przedwyborcze między dwoma kandydatami na urząd prezydenta czy reprezentantami partii politycznych, jak w przypadku debat z 2007 r., rozgrywane są według różnych wariantów formatowych, zawsze w studiu telewizyjnym i zawsze z udziałem dziennikarzy telewizyjnych. Nie praktyko-

Tabela 2. Schemat interakcji w obrębie jednego segmentu (sekwencji tematycznej) wedle reguł formatu w brytyjskich telewizyjnych debatach przedwyborczych w 2010 r.

Osoba pytająca	Kandydat
Uczestnik publiczności zadaje jednakowe pytanie trzem kandydatom	argumentacja kandydata A (1 min) argumentacja kandydata B (1 min) argumentacja kandydata C (1 min) refutacja kandydata A (1 min) refutacja kandydata B (1 min) refutacja kandydata C (1 min) dyskusja między kandydatami (4 min)

²⁷ Kolejno: Alastair Stewart, Adam Boulton, David Dimbleby.

²⁸ Q&A: *Prime ministerial debates*, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/election_2010/8587362.stm [dostęp: 4.05.2010]. Okoliczności przeprowadzenia debat, reguły formatu, a także konsekwencje dla brytyjskiej sceny politycznej omawia K. Zuba, *Pierwsze telewizyjne debaty wyborcze w Wielkiej Brytanii*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 3, s. 59–70.

²⁹ Dla porównania należy dodać, że w pierwszej i trzeciej debacie przedwyborczej między Obamą a McCainem w 2008 r. czas interakcji polityków przeznaczony na jedną kwestię (pytanie moderatora) wynosił 9 min. Debata składały się z dziewięciu segmentów, <http://www.debates.org/index.php?page=2008-debate-transcript> [dostęp: 11.11.2011].

³⁰ <http://presidentialdebateblog.blogspot.com/> [dostęp: 20.05.2010].

wano dotąd rozwiązania z pojedynczym moderatorem (*single moderator format*), nie było też realizacji z aktywnym udziałem publiczności (*town hall meeting format*). W 1995 i 2010 r. debaty odbyły się bez udziału publiczności, w 2005 i 2007 z jej udziałem. W debatach organizowanych w studiu TVP w 2005 r. publiczność obecną w studiu kadrowano w planach pełnych, jako element scenografii. Inne rozwiązanie zastosowano w debatach z tego roku w telewizji TVN. W pierwszej debacie z 2005 r. nagrywanej w studiu telewizji TVN w grupie zwolenników siedzących za kandydatami były osoby publicznie znane, a także członkowie rodzin kandydatów i osoby publicznie nierozpoznawalne. Audytoria były w tej debacie figurami umacniającymi wizerunek mówców.

Z kolei we wszystkich trzech debatach w 2007 r. nadawanych przez TVP uczestniczyła widownia także podzielona na zwolenników poszczególnych kandydatów, ale była to widownia aktywna. Zebrani żywo reagowali – aplauzem na odpowiedzi swojego kandydata,

głosami niezadowolenia na odpowiedzi kontrkandydata. Jak pokazuje doświadczenie z debaty Kaczyński–Tusk w 2007 r., publiczność wspierająca kandydatów ograniczała swobodę komunikacyjną przeciwnika politycznego, wyrażając emocje w trakcie trwania jego wypowiedzi.

Struktura polskich debat zwykle (poza debatami z 2005 r.) ma budowę trójdzieloną. Podział dotyczy bloków tematycznych lub, jak nazywają to prowadzący dziennikarze, „rund”. Określenia: „trzy rundy tematyczne”, „trzy rundy pytań”, „trzy rundy pojedynku” są elementem szeroko stosowanej metaforyki sportów walki. Zarówno w debatach w 2007 r., jak i 2010 pytania zadawała trójka dziennikarzy.

Formaty naszych debat realizują typ konferencji prasowej – i z uwagi na osoby prowadzące debatę, i na sposób jej prowadzenia. Zestawienie zawarte w tabeli 3 zawiera istotne elementy formatów, wedle których przebiegały spotkania, a także informacje o uczestnikach, czasie i miejscu debat.

Tabela 3. Elementy formatów polskich telewizyjnych debat przedwyborczych 1995–2010

Miejsce i czas	Kandydaci	Dziennikarze	Format
1995			
TVP 2 debaty: 12 listopada	Lech Wałęsa – Aleksander Kwaśniewski	Moderator: prezes TVP Wiesław Walendziak Dziennikarze zaproszeni przez Aleksandra Kwaśniewskiego: - Andrzej Kwiatkowski - Sławomir Zieliński Dziennikarze zaproszeni przez Lecha Wałęsę: - Jan Nowak Jeziorański - Jerzy Marek Nowakowski	Temat: wizja prezydentury Reguły każdej rundy: · pytanie moderatora do obydwu kandydatów · odpowiedzi obydwu kandydatów (1 min) · dwa pytania dziennikarzy do kandydata przeciwnika · odpowiedzi kandydata · dwa pytania dziennikarzy do kandydata przeciwnika · odpowiedzi kandydata Po trzech rundach pytań oświadczenia końcowe
15 listopada	Lech Wałęsa – Aleksander Kwaśniewski	Moderator: prezes TVP Wiesław Walendziak Dziennikarze zaproszeni przez Aleksandra Kwaśniewskiego: - Andrzej Kwiatkowski - Sławomir Zieliński Dziennikarze zaproszeni przez Lecha Wałęsę: - Tomasz Wołek - Andrzej Urbański	Temat: polityka wewnętrzna i sprawy społeczne Format ten sam

2005			
TVP 2 debaty: 7 października	Lech Kaczyński – Donald Tusk	Kamil Durczok Dorota Gawryluk	Trzy tematy: polityka wewnętrzna, polityka zagraniczna, etyczne zasady uprawiania polityki - pytania (niejednakowe) dziennikarzy do jednego z polityków - odpowiedzi polityków (1 min) Brak oświadczeń końcowych
21 października	Lech Kaczyński – Donald Tusk	Kamil Durczok Dorota Gawryluk	Cztery tematy: polityka wewnętrzna, gospodarka, wizja państwa, polityka zagraniczna Reguły każdej rundy · po dwa jednakowe pytania dziennika- rzy do obydwu kandydatów · odpowiedzi kandydatów (0,5 min) · po dwa pytania wzajemne · odpowiedzi (1 min) · riposty (0,5 min) Oświadczenia końcowe
TVN i TVN24 2 debaty: 6 października	Lech Kaczyński – Donald Tusk	Bogdan Rymanowski Justyna Pochanke	Brak określenia tematów debaty Runda pytań dziennikarzy do polityków: - odpowiedzi (1 min) - riposty (1 min) Runda pytań wzajemnych: - kandydaci zadają sobie po jednym pytaniu - odpowiedzi (1 min) Oświadczenie końcowe (1 min)
20 października	Lech Kaczyński – Donald Tusk	Bogdan Rymanowski Justyna Pochanke	Format podobny Różnica: w rundzie pytań wzajemnych kandydaci zadają sobie po dwa pytania. Oświadczenie końcowe (1,5 min)
2007			
TVP 1 debata: 1 października	Jarosław Kaczyński – Aleksander Kwaśniewski	Joanna Wrzeźniewska- -Zygier (Polsat) Monika Olejnik (TVN 24) Krzysztof Skowroński (Polskie Radio)	Tematy: gospodarka i problemy społeczne, polityka zagraniczna, problemy państwowości polskiej Reguły każdej z rund: · dziennikarz zadaje po 3 jednakowe pytania każdemu z kandydatów · odpowiedzi każdego kandydata (1 min) · kandydaci zadają sobie po jednym pytaniu wzajemnym · odpowiedź (1 min) · riposta (0,5 min) · podsumowanie rundy (1,5 min)
TVP 1 debata: 12 października	Jarosław Kaczyński – Donald Tusk	Joanna Wrzeźniewska- -Zygier Monika Olejnik Krzysztof Skowroński	Reguły każdej z rund: · pytanie dziennikarza do obydwu kandydatów · odpowiedzi kandydatów (1 min) · po dwa pytania wzajemne kandydatów · odpowiedzi (1 min) · riposty (0,5 min)

			<ul style="list-style-type: none"> · pytanie dziennikarza do obydwu kandydatów · odpowiedzi kandydatów (1 min) Po trzech rundach pytań oświadczenia końcowe
TVP 1 debata: 15 października	Donald Tusk – Aleksander Kwaśniewski	Roman Młodkowski Krzysztof Skowroński Dorota Gawryluk	Format jak w poprzedniej debacie
2010			
TVP 2 debaty: 27 czerwca	Jarosław Kaczyński – Bronisław Komorowski	Joanna Lichočka (TVP) Magda Sakowska (Polsat) Monika Olejnik (TVN)	Tematy: polityka społeczna, gospodarka, polityka zagraniczna i bezpieczeństwo Reguły każdej rundy: <ul style="list-style-type: none"> · pytanie dziennikarza do obydwu kandydatów · odpowiedzi kandydatów (2 min) · podsumowanie każdej rundy (2 min) Po trzech rundach pytań oświadczenia końcowe (2 min)
30 czerwca	Jarosław Kaczyński – Bronisław Komorowski	Joanna Lichočka (TVP) Katarzyna Kolenda-Zaleska (TVN) Jarosław Gugała (POLSAT)	Format ten sam

W żadnym z formatów polskich debat przedwyborczych nie uwzględniono porządku interakcji opartego na retorycznym wzorcu (tabela 1). Dwa najistotniejsze odstępstwa to: brak elementu refutacji (w debatach z 1995, 2010) oraz niejednakowe pytania (kwestie) stawiane kandydatom (w debatach z 1995, 2005, 2007).

Badając modele interakcyjne w kolejnych przedwyborczych debatach telewizyjnych w Polsce, uwzględniono trzy parametry: pytanie, argumentację i refutację. Istotne było, czy obu kandydatom stawiano to samo pytanie,

czy też do każdego z nich kierowano pytanie o innej treści. Ponadto wzięto pod uwagę, czy osobą pytającą jest moderator, dziennikarz (który spełnia jednocześnie rolę moderatora), czy jeden z kandydatów.

Debaty z 1995 – wspólne przesłuchanie

Format pierwszych polskich debat prezydenckich zasługuje bardziej na miano wspólnego przesłuchania niż wspólnej konferencji prasowej. Dziennikarze formułują zarzuty wobec konkurenta politycznego kandydata, który ich zaprosił.

Tabela 4. Schemat interakcji wedle reguł formatu jednej rundy pytań złożony z pięciu segmentów (sekwencji tematycznych)

Osoba pytająca	Kandydat
Moderator zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	argumentacja kandydata A argumentacja kandydata B
Pierwszy dziennikarz zaproszony przez polityka A zadaje pytanie politykowi B	argumentacja kandydata B
Drugi dziennikarz zaproszony przez polityka A zadaje pytanie politykowi B	argumentacja kandydata B
Pierwszy dziennikarz zaproszony przez polityka B zadaje pytanie politykowi A	argumentacja kandydata A
Drugi dziennikarz zaproszony przez polityka B zadaje pytanie politykowi A	argumentacja kandydata A

Politycy te zarzuty odpierają. Spór toczy się na dwóch płaszczyznach: pierwsza zaprojektowana w formacie – konfrontacja dziennikarze–politycy, druga, na którą nie zezwalają reguły konfrontacji, toczy się między kandydatami.

W debatach z 1995 i w 2010 r. (o czym później) wynegocjowane formaty nie przewidywały ani pytań wzajemnych kandydatów, ani elementów odpierających. Nie przeszkadzało to uczestnikom debaty tę krytykę wyrażać. Bardzo wyraźnie widać to w obydwu spotkaniach Wałęsa–Kwaśniewski, gdzie nie zaplanowano interakcji argumentacyjnej między kandydatami, ale *de facto* każdy z uczestników zaczynał swoją odpowiedź na pytanie dziennikarzy od nieregulaminowej refutacji na zarzuty konkurenta. Zauważmy, że gdyby w porządku debaty było miejsce na część refutacyjną, wówczas taka argumentacja byłaby przez przystępującego do debaty polityka przygotowywana. Kandydaci, którzy nie chcą rozmawiać twarzą w twarz, nakładają takie ograniczenia w formacie, które uniemożliwiają im bezpośrednią wymianę argumentów. Jeśli nie chcą wymiany argumentów odnoszących się do kwestii merytorycznych, zakładają, że starcie będzie miało charakter okazjonalny, uzależniony od sytuacji i stylu wypowiedzi oponenta. Ponadto, jeśli porządek debaty nie uwzględnia czasu na argumentacyjne odniesienie się do wypowiedzi kontrkandydata, wówczas argumenty odpierające pojawiają się, bo pojawić się muszą, w tych częściach debaty, które wedle ustalonego porządku mają inny charakter. Wówczas dochodzi do złamania reguł debaty. Rzeczywisty porządek debaty różni się zatem od porządku ustalonego, wynegocjowanego przez strony spotkania³¹.

Konfrontacja w debatach Wałęsa–Kwaśniewski miała charakter głównie wizerunkowy, bo na merytoryczne starcie politycy sami sobie nie zezwolili. Chodziło w niej o to, aby zdobyć kontrolę nad dyskursem i wzmocnić

etos przywódcy, jednocześnie osłabiając wizerunek konkurenta. Jak pokazuje przykład tej debaty, uzyskanie kontroli nad sytuacją i zdominowanie oponenta jeszcze nie zapewnia sukcesu. Wałęsa w pierwszej debacie taką kontrolę zdobył, łamiąc nie tylko ustalone reguły, ale także posługując się argumentacją *ad personam*. Nie był jednak postrzegany jako faworyt tego starcia. W dużej mierze dlatego, że pogwałcił reguły grzeczności językowej³², których jego oponent starannie przestrzegał. Ucierpiał na tym jego wizerunek jako osoby ubiegającej się o reelekcję.

Debata w 2005

W roku 2005 odbywały się wybory parlamentarne i prezydenckie. Telewizja publiczna była gospodarzem wielu debat z politykami na różnych szczeblach. W poniższej analizie wzięto pod uwagę dwie debaty z cyklu Prezydent dla Polski TVP między Donaldem Tuskiem i Lechem Kaczyńskim. W podobnym formacie odbyły się debaty w telewizji TVN³³ (zob. tabela 3), których porządku interakcji w tym miejscu nie przedstawiono. Obydwa cykle spotkań prowadziła dwójka dziennikarzy.

■ Pierwsza debata w TVP

Spotkanie to cechowało swobodne podejście do reguł interakcji. Trudno stwierdzić, czy takie były założenia zaakceptowane przez sztaby wyborcze. Dziennikarze poinformowali tylko publiczność przed debatą, że każdy z kandydatów ma minutę na odpowiedź. Miernikiem równego traktowania polityków miał być czas wypowiedzi. Jak pokazuje tabela 5, pojawiło się pięć wariantów interakcyjnych w obrębie poszczególnych sekwencji tematycznych.

Jednakowy czas jako kryterium sprawiedliwego traktowania kandydatów ma sens wtedy, kiedy inne reguły są dochowane, w przeciwnym razie staje się kryterium pozornym. W debatach

³¹ A. Budzyńska-Daca, *Format...*

³² D. Galasiński, A. Jaworski, *Unilateral Norm...*

³³ W artykule nie uwzględniono debat w telewizji Polsat między obydwoma kandydatami, które prowadził Tomasz Lis w programie *Co z tą Polską*, a także spotkania kandydatów w programie *Teraz my* prowadzonego przez Tomasza Sekielskiego i Andrzeja Morozowskiego. Nie wzięto też pod uwagę debat z kandydatami o mniejszym poparciu w sondażach, które odbywały się w cyklu Prezydent dla Polski.

Tabela 5. Schemat interakcji w debacie³⁴

Osoba pytająca	Kandydat
Dziennikarz zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	argumentacja kandydata A
	argumentacja kandydata B
Dziennikarz zadaje pytanie kandydatowi A	argumentacja kandydata A
	refutacja kandydata B
Dziennikarz zadaje pytanie kandydatowi B	argumentacja kandydata B
	refutacja kandydata A
Dziennikarz zadaje pytanie kandydatowi A	argumentacja kandydata A
Dziennikarz zadaje pytanie kandydatowi B	argumentacja kandydata B

francuskich, gdzie dwójka dziennikarzy pełni rolę moderatorów, czas jest rzeczywistą ramą modalną interakcji. Prowadzący nie zadają pytań szczegółowych, nie wchodzą w konfrontację z politykami. Inicjują debatę i dbają o jej przebieg zgodny z regułami. Politycy prowadzą swobodną dyskusję, a czas liczy się sumarycznie, jako czas wypowiedzi w trakcie całej debaty, a nie czas odpowiedzi na jedno pytanie.

W analizowanej polskiej debacie z 2005 r. interakcją zarządzali dziennikarze w ten sposób, że przydzielali pytania wedle własnego scenariusza. Błędem jest wprowadzanie reżimu czasowego jako obiektywnego kryterium równego traktowania kandydatów przy jednoczesnej nierównej dystrybucji kwestii, które mają być dyskutowane.

Kilka dni po debacie sztab wyborczy Lecha Kaczyńskiego przesłał na ręce prezesa TVP analizę pytań zadawanych podczas debaty 7 października 2005 r. W piśmie tym zamieszczono tabelę, która mieści treści pytań, adresatów pytań i ich oceny: „Czy dane pytanie jest dla kandydata negatywne/pozytywne?”. Podsumowanie analizy zawarto w zestawieniu:

Donaldowi Tuskowi zadano 13 pytań.

Lechowi Kaczyńskiemu zadano 8 pytań.

Obu kandydatom zadano 5 pytań.

Zadano **13** pytań Donaldowi Tuskowi. **8** było zadanych w sposób pozytywny dla kandydata, **4** w sposób neutralny, a **1** było negatywne.

Pośród **13** pytań zadanych Tuskowi, w przypad-

ku **5** dano Tuskowi możliwość odniesienia się do negatywnego stwierdzenia na temat Kaczyńskiego (np. pytanie **2, 11, 12, 13, 26**).

Zadano **8** pytań L. Kaczyńskiemu. **4** z pytań stały się L. Kaczyńskiego w negatywnym świetle. Pozostałe **4** były neutralne lub pozytywne³⁵.

Te uwagi, jakkolwiek naznaczone subiektywnymi ocenami (nie zdefiniowano kategorii „pytanie zadane w sposób pozytywny/negatywny/neutralny”), są słusznym wskazaniem na niejednakowe traktowanie polityków w trakcie debaty.

W tym samym piśmie szef sztabu Zbigniew Ziobro konkluduje: „Nie godząc się na zastosowanie podobnych metod podczas zbliżających się debat, zwracamy się z propozycją przeprowadzenia szczegółowych konsultacji merytorycznych i organizacyjnych. Liczymy, że przekazana przez nas analiza stanie się podstawą do zmiany dotychczasowego stylu prowadzenia debat w telewizji publicznej, a więc stacji mającej szczególne zobowiązania w zakresie rzetelności i obiektywizmu”.

■ Druga debata w TVP

Przed drugą turą wyborów odbyło się kolejne spotkanie obu polityków z udziałem tych samych dziennikarzy. Po interwencji sztabowców Lecha Kaczyńskiego zmodyfikowano reguły interakcji. Zarówno dziennikarze, jak i politycy zastosowali się do nich.

Oprócz pytań dziennikarskich wprowadzono tzw. pytania wzajemne. Ten model interak-

³⁴ Reguły nie zostały jasno określone. Przedstawiony schemat oddaje rzeczywiste modele interakcyjne.

³⁵ Wszystkie podkreślenia są w oryginale pisma. Dział Dokumentacji Aktowej TVP B2, Wybory 2005, t. 5, sygn. 3795/26.

Tabela 6. Schemat interakcji wedle reguł formatu jednej rundy pytań złożony z sześciu segmentów (sekwencji tematycznych)

Osoba pytająca	Kandydat
Dziennikarz X zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	argumentacja kandydata A
	argumentacja kandydata B
Dziennikarz Y zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	argumentacja kandydata B
	argumentacja kandydata A
Kandydat A zadaje pytanie kandydatowi B	argumentacja kandydata B
	refutacja kandydata A
Kandydat B zadaje pytanie kandydatowi A	argumentacja kandydata A
	refutacja kandydata B
Kandydat A zadaje pytanie kandydatowi B	argumentacja kandydata B
	refutacja kandydata A
Kandydat B zadaje pytanie kandydatowi A	argumentacja kandydata A
	refutacja kandydata B

cji sprawdził się lepiej niż poprzedni. Zadbano o sprawiedliwy podział kwestii (jednakowe pytania do obydwu kandydatów) i równy czas na ich rozstrzygnięcie. Nie był to natomiast czas wystarczający. W ciągu 0,5–1 min można wymienić poglądy jedynie hasłowo, trudno spodziewać się głębszej dyskusji na tematy programowe. Jest to jednak mankament wielkości polskich debat (zob. tabela 3 – czasy odpowiedzi polityków).

Debaty z 2007 r. – telewizyjny pojedynek

W starciach telewizyjnych przed wyborami do parlamentu z roku 2007 skorzystano z pomysłu ostatniej debaty prezydenckiej z 2005 r. i ustalono w regułach formatu, że oprócz pytań formułowanych przez dziennikarzy, politycy będą zadawać sobie pytania nawzajem³⁶.

W praktyce realizacja starcia wedle tego modelu interakcyjnego doprowadziła do najmniej merytorycznych, wyjąwszy debaty

Tabela 7. Schemat interakcji wedle reguł formatu (2 i 3 debata) jednej rundy pytań złożony z sześciu segmentów (sekwencji tematycznych)

Osoba pytająca	Kandydat
Dziennikarz zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	argumentacja kandydata A
	argumentacja kandydata B
Kandydat A zadaje pytanie kandydatowi B	argumentacja kandydata B
	refutacja kandydata A
Kandydat B zadaje pytanie kandydatowi A	argumentacja kandydata A
	refutacja kandydata B
Kandydat B zadaje pytanie kandydatowi A	argumentacja kandydata A
	refutacja kandydata B
Kandydat A zadaje pytanie kandydatowi B	argumentacja kandydata B
	refutacja kandydata A
Dziennikarz zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	argumentacja kandydata A
	argumentacja kandydata B

³⁶ Format, w którym uczestnicy mogli zadawać sobie pytania nawzajem, był wykorzystany w Stanach Zjednoczonych tylko raz – w 1992 r. w debacie wiceprezydenckiej – i nigdy nie był realizowany na poziomie debat prezydenckich. Poziom merytoryczny debaty spotkał się zresztą z krytyką badaczy. J. Kay, T.A. Borchers, „*Children in a sandbox*”: *Reaction to the vice presidential debate*, [w:] *The 1992 presidential debates in focus*, ed. by D.B. Carlin, M.S. McKinney, New York 1994, s. 99–108.

z 1995 r., spotkań przedwyborczych kandydatów w telewizji. Formuła pytań wzajemnych pozwalała uczestnikom debaty na realizowanie strategii związanej z celami wizerunkowymi (*image goals*)³⁷. W tym zakresie wyróżnia się działania polegające na 1) kreowaniu bardziej pozytywnego wizerunku własnego, 2) kreowaniu bardziej negatywnego wizerunku kontrkandydata, 3) pozytywnym modyfikowaniu istniejącego wizerunku własnego, 4) negatywnym modyfikowaniu wizerunku kontrkandydata³⁸. Format tych debat sprzyjał erystycznym nadużyciom³⁹. Pytania wzajemne miały charakter egzaminacyjny lub były atakami *ad hominem*, gdzie dowodzone, że przeciwnik wyrażał kiedyś inne poglądy niż obecnie, że jego wypowiedzi są niespójne, że nie mówi prawdy itp. To z kolei wymuszało na pytanych stosowanie taktyk związanych z uchylaniem się od odpowiedzi⁴⁰. Rzeczywista realizacja interakcji odbiegała od formuły przedstawionej w tabeli 7. Pytania, które padały podczas debaty, zmuszały odpowiadających do formułowania argumentów odparcia. Zamiast argumentacji w odpowiedzi na pytania wzajemne, w przeważającej mierze występowała refutacja odnosząca się do obrony atakowanego wizerunku.

Niewątpliwą wartością tych debat był sam fakt zaprojektowania konfrontacji między kandydatami. Niestety, oddanie inicjatywy politykom w doborze kwestii diskutowanych sprawiło, że nie był to spór dotyczący programów, ale wizerunków. Sondáže pokazały, że strategię tę najlepiej wykorzystał Donald Tusk⁴¹.

Debaty 2010 r. – wspólna konferencja prasowa

Podobnie jak w debatach z 1995 r. przyjęty w 2010 r. model interakcyjny nie przewidywał polemiki między kandydatami. Już na etapie planowania debaty zrezygnowano z podstawowej jej właściwości, jaką jest konfrontacja, starcie.

W pierwszej debacie Lech Kaczyński mieścił się w ustalonych ramach uprzednio uzgodnionych, tzn. przestrzegał czasu na odpowiedź, nie odpierał ataków konkurenta w sposób nieregulaminowy. Jego wystąpienie ocenione zostało zdecydowanie jako gorsze niż przeciwnika. W drugiej debacie natomiast, w której części odstępował od reguł, odpierał ataki przeciwnika i sam atakował, mimo iż reguły debaty na to nie zezwalały, został oceniony jako zwycięzca starcia w sondażach opinii publicznej.

Tabela 8. Schemat interakcji wedle reguł formatu jednej rundy pytań złożony z trzech segmentów (sekwencji tematycznych)

Osoba pytająca	Kandydat
Pierwszy dziennikarz zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	argumentacja kandydata A argumentacja kandydata B
Drugi dziennikarz zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	argumentacja kandydata B argumentacja kandydata A
Trzeci dziennikarz zadaje jednakowe pytanie obydwu kandydatom	argumentacja kandydata A argumentacja kandydata B
Wypowiedź podsumowująca kandydata A	
Wypowiedź podsumowująca kandydata B	

³⁷ Cele strategiczne kandydatów, według Friedenberga, dzielą się na *issue goals* (cele problemowe) i *image goals* (cele wizerunkowe). R.V. Friedenberga, *Patterns and Trends...*, s. 61–87.

³⁸ Tamże.

³⁹ Zob. A. Budzyńska-Daca, J. Kwosek, *Erystyka czyli o sztuce prowadzenia sporów. Komentarze do Schopenhauera*, Warszawa 2009, s. 25, 30, 71, 103, 121, 154; A. Budzyńska-Daca, *Taktyka mutatio controversiae i sposoby jej realizacji na przykładzie debat przedwyborczych*, [w:] tamże.

⁴⁰ A. Budzyńska-Daca, *Taktyka mutatio...*

⁴¹ Zestawienie sondaży po debatach w 2007 r. patrz: M. Kolczyński, M. Mazur, *Broń masowego wrażenia. Kampania wyborcza 2007 r. w Polsce*, Warszawa 2009, s. 87.

Przyjęty format uprzywilejowywał pozycję dziennikarzy⁴². Realizowany model interakcyjny najbardziej wpisuje się w format wspólnej konferencji prasowej. Krytykowany przez badaczy amerykańskich i niestosowany od 1992 r. w Stanach Zjednoczonych format ten jest zarazem najwygodniejszy i dla polityków, i dla nadawcy medialnego. Jego wady to: nadmierne eksponowanie roli dziennikarzy (nierazko stroniczych) w trakcie starcia kandydatów, którzy postrzegani są jako trzecia strona spotkania, formułowanie pytań nieistotnych z punktu widzenia wyborców i samych kandydatów, przepytywanie polityków, czyhanie na ich potknięcia⁴³. Wreszcie, stwarzanie sytuacji, w której, tworzą newsy ci, którzy piszą newsy⁴⁴.

Podsumowanie

Przedstawienie modeli interakcyjnych w formatach debat polskich pokazuje po pierwsze, że w tym szeregu eksperymentów nie było układu, który pozwoliłby zrealizować porządek gatunkowy debaty. Wynika to z faktu, i to drugie zastrzeżenie, że główni aktorzy debat ustalają ich formaty, nie uwzględniając reguł, które z punktu widzenia prawideł gatunku i z punktu widzenia odbiorców powinny być dopełnione. Wyborcy z kolei oceniają to, co dostają, czyli widowisko medialne, przez pryzmat paramet-

trów wyprodukowanych przez sztaby wyborcze w tzw. strategii po debacie (*post-debate strategies*) i przez publicystów.

Wybór różnych wariantów wspólnych konferencji prasowych, gdzie w sposób bardzo wyraźny swój udział chcą zaznaczyć dziennikarze, niweczy ideę debaty. Ten proceder realizuje się także w formie i sposobie zadawania pytań, które nie spełniają wymogów kwestii (*debata-ble*). Ustalanie reguł, o których z góry wiadomo, że będą łamane i nagradzanie w komentarzach po debacie polityka, który był bardziej aktywny, czyli częściej reguły te naruszał, wpisuje to szczególne wydarzenie w niedobrą tradycję codziennych pseudodebat telewizyjnych. Brak rozróżnienia w formacie na konfirmację i refutację, czyli perswazję obliczoną na obronę własnych pomysłów programowych i wykazywanie słabych stron w projekcie konkurenta również ten wariant codziennych rozmów telewizyjnych powtarza. W istocie więc polskie debaty przedwyborcze różnią się tym od codziennych, że są dłużej i intensywniej anonsowane w mediach, różnią się też poziomem rytualizacji, ustalonymi regułami. Interakcja, która według tych reguł przebiega lub mimo reguł się dokonuje, nie spełnia warunków równej konfrontacji stanowisk właściwych prawdziwej debacie.

⁴² W trakcie drugiej debaty jedna z dziennikarek czytała swoje pytanie przez 2 min. To tyle, ile czasu miał każdy z kandydatów na odpowiedź.

⁴³ S.A. Hellweg, M. Pfau, S.R. Brydon, *Televised Presidential...*, s. 21–36.

⁴⁴ R. Kemp, *Let the „Times” report but let the people determine winner of candidates on joint appearances*. Paper presented at the Speech Communication Association Convention, Boston, MA, November 1987, s. 6, [za:] S.A. Hellweg, M. Pfau, S.R. Brydon, *Televised Presidential...*, s. 32.