

# Po co politykom telewizyjne debaty wyborcze? Analiza zawartości polskich debat

**Marek Mazur, Aleksandra Konieczny**

Fakt, że w 2011 r. po raz pierwszy w historii polskich wyborów temat telewizyjnych debat między liderami najważniejszych partii, a dokładniej rozważania – czy, na jakich zasadach, gdzie, i kiedy się odbędą, zdominował na dłuższy czas relacje medialne z kampanii, zdaje się potwierdzać nie tylko rosnącą popularność debat, ale także coraz większe oczekiwania dziennikarzy i sporej części wyborców<sup>1</sup> wobec tego pseudowydarzenia<sup>2</sup>. Zainteresowanie dziennikarzy debatami jest pochodną z jednej strony ich przekonania o atrakcyjności dramatycznego, spersonalizowanego *show*, z drugiej strony nadziei wpisanych w liberalny model dziennikarstwa na poprawę jakości informacji o politycznych ofertach wybor-

czych. Nadziei, które znajdują oparcie w badaniach debat w ujęciu normatywnych teorii demokracji i teorii wpływu mediów (z prominentną rolą koncepcji *agenda setting* oraz koncepcji użytkowania i korzyści)<sup>3</sup>. Debaty są wyrazem globalnych zmian homogenizacyjnych kampanii wyborczych<sup>4</sup>, a obserwowane na świecie tendencje komunikowania politycznego (m.in. rosnąca personalizacja strategii wyborczych oraz personalizacja relacjonowania kampanii), wzmocnienie roli lidera w zarządzaniu partiami politycznymi oraz aspiracje mediów do odegrania niezależnej roli w kampanii wyborczej przemawiają za ich kontynuacją i rozpowszechnianiem w państwach demokratycznych<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Sądząc po rozmiarze publiczności debat: w 1995 r. wedle badań CBOS obie debaty obejrzało 72 proc. respondentów, 88 proc. widziało jedną z nich (za: CBOS BS/215/190/95, *Debaty prezydenckie jako reklama polityczna*, grudzień 1995); w 2007 r. debatę Jarosława Kaczyńskiego z Donaldem Tuskiem oglądało 9,127 mln widzów, a debatę Aleksandra Kwaśniewskiego z Donaldem Tuskiem 10,061 mln (za: AGB Nielsen Media Research); w 2010 r. 53 proc. ankietowanych przez CBOS deklaroowało oglądanie przynajmniej jednej z debat (Jarosław Kaczyński – Bronisław Komorowski), 33 proc. widziało obydwie debaty, które przeprowadzono między I i II turą głosowania (za: CBOS BS/107/2010, *Nieagresywna, ale mało rzeczowa – ocena kampanii przed wyborami prezydenckimi*, lipiec 2010).

<sup>2</sup> Traktujemy debaty jako rodzaj pseudowydarzenia zgodnie z pojmowaniem tego terminu przez jego autora Daniela Boorstina, zob. D. Boorstin, *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*, New York 1961, s. 11–12.

<sup>3</sup> W podsumowaniu przeglądu badań nt. debat Mitchell S. McKinney i Diana B. Carlin konkludują: „debaty prawdopodobnie będą kontynuowane, ponieważ, co pokazało wiele badań, mają one znaczenie – wywołują wiele korzystnych efektów dla obywateli, demokracji i dla wyborczego procesu”. M.S. McKinney, D.B. Carlin, *Political Campaign Debates*, [w:] *Handbook of Political Communication Research*, ed. by L.L. Kaid, London 2004, s. 228.

<sup>4</sup> F. Plasser, G. Plasser, *Global Political Campaigning. A Worldwide Analysis of Campaign Professionals and Their Practices*, Westport CT 2002, s. 345.

<sup>5</sup> Nawet w tak stabilnych, również w sensie procedury wyborczej, demokracjach, jak Wielka Brytania, telewizyjne debaty stają się ważnym elementem kampanii (po raz pierwszy, z udziałem liderów trzech największych partii, przeprowadzone zostały w trakcie kampanii parlamentarnej w 2010 r.) – por. K. Zuba, *Pierwsze telewizyjne debaty wyborcze w Wielkiej Brytanii*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 3, s. 59–71.

Niezależnie od globalnych przeobrażeń komunikowania politycznego oraz oczekiwań Polaków, w tym presji mediów, telewizyjne debaty liderów dwóch największych partii w kampanii 2011 r. nie odbyły się. Stało się tak z woli części elit politycznych, co można interpretować jako potwierdzenie instrumentalnego – w kategoriach efektywności wyborczej – podejścia polityków do debat. Głównie od nich zależy, czy debaty będą miały miejsce<sup>6</sup>, oni rozstrzygają o ich formalnym kształcie, w końcu w największej mierze decydują o ich obliczu. Dlatego warto podjąć analizę zachowań polityków w debatach, poszukując odpowiedzi na tytułowe pytanie. Zasadność próby naukowego oglądu kampanijnych debat na poziomie ogólnokrajowych elekcji wynika również z ich ważnej roli w komunikowaniu wyborczym w Polsce – przynajmniej dwukrotnie debaty wywarły bowiem znaczący wpływ na wyniki wyborów – w latach 1995 oraz 2007<sup>7</sup>.

Prezentowane badanie debat z kampanii parlamentarnych i prezydenckich przeprowadzonych w latach 1995–2010 wpisuje się w nurt analiz zawartości osadzonych w tradycji badań socjopsychologicznych i retorycznych zorientowanych na rozpoznanie treści przekazów oraz intencji nadawców. Teoretyczną podstawą analizy jest wyrastająca z teorii racjonalnego wyboru teoria funkcjonalna dyskursu politycznego, zgodnie z którą politycy za pośrednictwem debat usiłują odróżnić się oraz wykazać polityczną przewagę nad rywalem, a wyborcy na pod-

stawie przekazów kampanii (m.in. wypowiedzi w debatach) dokonują porównania i wyboru polityka, który z ich perspektywy (pod kątem ważnych dla nich elementów) wydaje się bardziej odpowiedni albo okazuje się mniejszym złem<sup>8</sup>.

Praca zmierza do rozpoznania zachowań werbalnych polskich polityków w debatach. Podstawowe pytania dotyczą tego, w jaki sposób w ujęciu funkcji dyskursu politycznego politycy formułują swoje apele – czy debata stanowi dla nich głównie okazję do prezentacji zalet własnych / partii / programów, czy raczej koncentrują się na krytyce politycznej konkurencji, oraz jaka tematyka dominuje ich wypowiedzi – istotna wydaje się najbardziej relacja treści programowych i personalnych. Autorzy podjęli próbę syntetycznego omówienia zjawiska debat w Polsce, wskazania cech wspólnych i wykazania różnic w ich zawartości oraz apelach uczestniczących w nich polityków<sup>9</sup>.

## Metoda

Podstawy konceptualizacji i operacjonalizacji tematyki i formy debat wywodzą się z założeń podejścia funkcjonalnego w analizie dyskursu politycznego oraz koncepcji ramowania przekazów medialnych. Aby zdiagnozować zachowania werbalne polityków, zastosowano podstawowe elementy klasyfikacji dyskursu politycznego opracowanej przez zespół kierowany przez Williama L. Benoita, zgodnie z którą politycy w debacie, poprzez swoje wypowiedzi, realizują jedną z trzech funkcji: pochwały, ataku oraz obrony<sup>10</sup>.

<sup>6</sup> Wyjątkiem w tej mierze są do pewnego stopnia Stany Zjednoczone. Odbywające się tam od 1976 r. regularnie debaty w wyborach prezydenckich na tyle mocno wrosły w kulturę polityczną, że kandydatom niepomiaralnie trudniej niż w innych krajach odmówić w nich udziału.

<sup>7</sup> Zob. 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 oraz: M. Kolczyński, M. Mazur, *Broń masowego wrażenia*, Warszawa 2009, s. 73–88.

<sup>8</sup> Zob. *Campaign 2000. A Functional Analysis of Presidential Campaign Discourse*, auth. W.L. Benoit and oth., Lanham, Md. 2003, s. 1 i n.

<sup>9</sup> Zgadzaemy się z opiniami podkreślającymi brak syntetycznego podejścia i fragmentaryczność w dotychczasowych opracowaniach naukowych na temat polskich debat. Zob. A. Budzyńska-Daca, *Idea debaty a reguły interakcji w formatach polskich telewizyjnych debatach przedwyborczych*, „Studia Medioznawcze” 2012, nr 1, s. 45–58.

<sup>10</sup> Por. polskie badania debat w tym nurcie: M. Piasecki, *Wyborcze debaty telewizyjne w Polsce. Funkcjonalna analiza dyskursu politycznego*, [w:] *Studia empiryczne nad komunikowaniem politycznym w Polsce*, pod red. B. Dobek-

Ramę przekazu medialnego należy z kolei interpretować jako skupienie się nadawców na określonym aspekcie oraz atrybutach rzeczywistości politycznej<sup>11</sup>. Przyjęto, że politycy w dyskusji koncentrują się na jednym z trzech zbiorów elementów rzeczywistości, które określono jako ramy tematyczne: programowa, personalna i aksjologiczna. Kategoria ram jest efektem poszukiwania sposobu na zwiększenie trafności analizy poprzez odczytanie treści jawnych i ukrytych w formalnie bardziej rozbudowanych, ale także spójniejszych, i dzięki temu zgodnych z intencją nadawcy fragmentach wypowiedzi. To także próba ograniczenia skali problemu nierozłączności i nielogiczności w kategoryzacjach tematycznych zawężających jednostkę obserwacji do jednego wątku problemowego<sup>12</sup>.

Próba badawcza miała charakter celowy – wybrano po dwie debaty z kampanii wyborczych, w trakcie których się odbyły<sup>13</sup>. Jednostką analizy była debata, jednostką obserwacji

zaś sekwencja – ciągła wypowiedź jednego polityka w określonej ramie tematycznej, poprzez którą nadawca realizował określoną funkcję dyskursu politycznego. Dłuższe teksty w tej samej ramie tematycznej i z tą samą funkcją dzielono na sekwencje w sytuacji, gdy nadawca sam dokonywał rozróżnienia poruszanych wątków poprzez wyrażenia typu: „inną kwestią jest natomiast”, „po drugie”, „ponadto należy dodać” itp.

Wyodrębniono w analizowanych debatach i zakodowano na podstawie klucza kategoryzacyjnego 978 sekwencji. Na podstawie kryterium funkcji dyskursu politycznego sekwencje zaliczono do jednej z trzech kategorii: pochwała – przedstawienie polityka / partii w korzystnym świetle w określonej ramie, atak – przedstawienie konkurencji politycznej w niekorzystnym świetle w określonej ramie, obrona – wypowiedzi w określonej ramie, które stanowią odpowiedź na sformułowany wcześniej w debacie atak.

-Ostrowskiej, K. Majdeckiej, Wrocław 2011, s. 123–152; tegoż, *Televised Electoral Debates in Poland: Pursuing the American Model. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, 22–25 June 2010*; tegoż, *Prezydenckie debaty telewizyjne w USA w 2008 r. Analiza zawartości*, „Studia Medioznawcze” 2009, nr 2, s. 63–81; P. Dudek, S. Partacz, *Functional Theory of Political Discourse. Televised Debates during the Parliamentary Campaign in 2007 in Poland*, „Central European Journal of Communication” Vol. 2 (2009), nr 2, s. 367–379.

<sup>11</sup> Rama interpretacyjna jest pojęciem wieloznacznym – najczęściej odnoszącym się w badaniach przekazów medialnych do ich opisu w ujęciu dominujących aspektów (lub dominującej perspektywy) relacjonowanej rzeczywistości lub struktury przekazu (zob. zintegrowany model analizy ramowej opracowany przez Tomasza Olczyka w: tegoż, *Politrozrywka i popperswazja. Reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku*, Warszawa 2009, s. 241–242). W myśl teorii ramowania, sposób przedstawienia rzeczywistości na obydwu poziomach (treści i struktury przekazu) wpływa na interpretację odbiorczą (zob. S. Iyengar, J. McGrady, *Środki masowego przekazu i perswazja polityczna*, [w:] *Perswazja. Perspektywa psychologiczna*, red. T.C. Brock, M.C. Green, Kraków 2007, s. 303 i n.) oraz M. McCombs, *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*, Kraków 2008, s. 103 i n. Pośród polskich studiów empirycznych z wykorzystaniem tej koncepcji na uwagę zasługują badania Ewy Nowak i Rafała Riedla, których przedmiotem były telewizyjne programy informacyjne: tychże, *Agenda setting, priming, framing – TV news in Poland during election campaigns 2005 and 2007. Comparative analysis*, „Central European Journal of Communication” Vol. 3 (2010), nr 2, s. 367–379.

<sup>12</sup> Por. podejście metodologiczne – M. Piasecki, *Wyborcze debaty...*, s. 124–125.

<sup>13</sup> Przedmiotem analizy było sześć debat z wyborów prezydenckich (przeprowadzonych między I i II turą wyborów) oraz dwie debaty z wyborów parlamentarnych, które w artykule oznaczono: 1995 (1) – debata A. Kwaśniewskiego i L. Wałęsy z 12 września 1995 r.; 1995 (2) – debata A. Kwaśniewskiego i L. Wałęsy z 15 listopada 1995 r.; 2005 (1) – debata L. Kaczyńskiego i D. Tuska z 20 października 2005 r.; 2005 (2) – debata L. Kaczyńskiego i D. Tuska z 21 października 2005 r.; 2007 (1) – debata J. Kaczyńskiego i D. Tuska z 12 października 2007 r.; 2007 (2) – debata A. Kwaśniewskiego i D. Tuska z 12 października 2007 r.; 2010 (1) – debata J. Kaczyńskiego i B. Komorowskiego z 27 czerwca 2010 r.; 2010 (2) – debata J. Kaczyńskiego i B. Komorowskiego z 30 czerwca 2010 r. W badanym okresie odbyło się w Polsce jedenaście debat tego typu. W analizie pominięto dwie debaty z 2005 r. oraz jedną debatę z 2007 r.

Zgodnie z kryterium rama tematycznej rama programowa odnosiła się do wypowiedzi nt. problemów lub programów politycznych, rama personalna sprowadzała się do charakterystyki polityków lub partii w ujęciu personalnym, w ramie aksjologicznej kodowano sekwencje, w których centralnym tematem były wartości polityczne lub ideologie.

Sekwencje w ramie programowej kodowano również według kryterium odniesienia czasowego wypowiedzi, wyróżniając trzy kategorie: 1) przeszłość – dotyczy problemów/programów, które mają charakter historyczny; 2) terażniejszość – mowa o problemach/programach, którymi politycy mogą się zająć obecnie; 3) przyszłość – problemy/plany, które mogą być w przyszłości przedmiotem działań polityków, oraz według kryterium formy wypowiedzi – trzy kategorie: 1) problemy – wskazanie/opis problemów politycznych; 2) hasła programowe – ogólny opis/wskazanie programu politycznego; 3) propozycje programowe – szczegółowe przedstawienie elementów programu politycznego.

Fragmety dyskursu w ramie personalnej klasyfikowano, uwzględniając kryterium typu charakterystyki polityka/partii z wykorzystaniem kategorii: 1) kompetencje zawodowe, 2) cechy osobiste. W przypadku łączenia tych typów charakterystyk w jednej sekwencji stosowano podwójną kategoryzację. Wypowiedzi w ramie aksjologicznej, biorąc pod uwagę kryterium formy wypowiedzi, zaliczano do jednej z dwóch kategorii: 1) wartości polityczne (gdy nadawca jawnie nie wskazywał żadnego systemu ideologicznego); 2) ideologie polityczne (gdy nadawca jawnie wskazywał system ideologiczny).

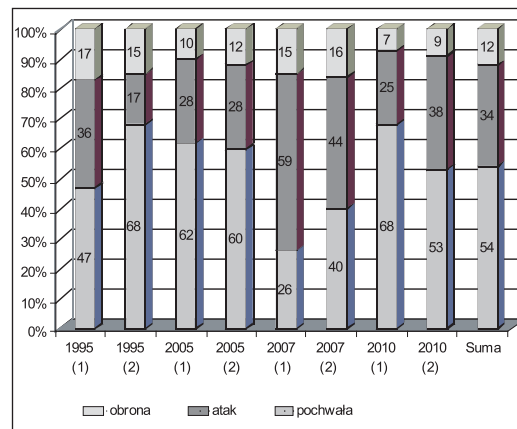
Dodatkowo, kodowano według rama tematycznej pytania dziennikarzy (n=113) oraz pytania polityków (n=49), które ci ostatni, zgodnie z ustalonymi regułami, mogli zadawać w czterech spośród ośmiu debat.

Mierzono frekwencję występowania zapisanych w kluczu kategorii w sekwencjach. Wyniki zaprezentowano w formie rozkładu pro-

centowego lub liczbowego kategorii na poziomie debat oraz apele ich uczestników. Podstawą oceny zmian w zawartości debat pod kątem wybranych kategorii w badanym okresie było porównanie ich frekwencji w poszczególnych debatach.

## Funkcje wypowiedzi polityków

Politycy traktowali debaty przede wszystkim jako okazję do kreowania pozytywnego wizerunku własnej oferty wyborczej. W sumie, w debatach wyraźnie dominowały pochwały, chociaż krytyka konkurencji także jawi się jako ważna funkcja przekazów (wykres 1). Tylko nieco więcej niż co 10. sekwencja wyrażała odpowiedź na sformułowany w debacie atak. O ile w poszczególnych debatach obrona zawsze okazuje się najrzadziej wykorzystywaną funkcją wypowiedzi, zróżnicowanie można odnotować w stosunku do proporcji pochwał i ataków. Wartość tych kategorii jest odwrotnie proporcjonalna, przy czym tylko w dwóch debatach ataki występowały częściej niż pochwały.



Wykres 1. Funkcje dyskursu politycznego w debatach (w proc.)

Źródło: Wszystkie tabele i wykresy w opracowaniu własnym na podstawie przeprowadzonych badań.

Czterokrotnie apele polityków były przede wszystkim zorientowane na krytykę politycz-

Tabela 1. Funkcje dyskursu politycznego w apelach polityków (w liczbach)\*

Funkcje dyskursu politycznego	1995 (1)		1995 (2)		2005 (1)		2005 (2)		2007 (1)		2007 (2)		2010 (1)		2010 (2)	
	W	K	W	K	T	LK	T	LK	JK	T	T	K	BK	JK	BK	JK
Pochwała	20	8	53	42	44	41	45	25	19	8	25	27	44	33	41	32
Atak	28	8	11	13	24	14	19	14	23	37	41	15	16	13	31	22
Obrona	7	10	7	13	2	12	1	13	11	4	6	15	2	6	6	7

\* W – Lech Wałęsa, K – Aleksander Kwaśniewski, T – Donald Tusk, LK – Lech Kaczyński, JK – Jarosław Kaczyński, BK – Bronisław Komorowski.

nych przeciwników: Tusk w obydwu debatach w 2007 r., Kaczyński w debacie w 2007 r. oraz Wałęsa w pierwszej debacie w 1995 r. (tabela 1).

Przydatne w wyjaśnieniu różnic w retoryce polityków jest uwzględnienie kontekstu wyborów, przede wszystkim strategii wyborczych polityków. Donald Tusk w debacie z Jarosławem Kaczyńskim standardowo – w ujęciu kampanijnego komunikowania – budował własną pozycję na rynku politycznym, krytykując piastującego urząd polityka. Wykorzystując klimat opinii niekorzystny dla premiera i jego rządu (najgorsze notowania rządu po 1989 r. w badaniach CBOS), przekonywał wyborców do zmiany władzy, atakował, podnosząc bieżące kwestie: realizację obietnic z wyborów 2005 – m.in. wybudowania 3 mln mieszkań, niepowodzenia rządu w budowie autostrad, zły wizerunek rządu za granicą, co miało wynikać z jego niekompetencji i nieudolności, koalicję z Samoobroną i Ligą Polskich Rodzin, fiasko polityki „taniego państwa”. Demonstrując stanowczość i pewność siebie, Tusk usiłował również wzbogacić swój wizerunek społeczny o cechy przywódcze, które dotąd z rzadka dostrzegali u niego potencjalni wyborcy. Kaczyński bronił się, atakując. Próbował przyprawić Tuskiemu gębę liberała niewrażliwego społecznika<sup>14</sup>. Przypisywał mu odpowiedzialność za

setki tysięcy zwolnień i wzrost bezrobocia w efekcie reform rządów Bieleckiego oraz działań Balcerowicza, krytykował rzekomą germanofilię Tuska objawiającą się wspieraniem niemieckich roszczeń własnościowych. Zważywszy na kampanię PiS z 2005 r., koncentrującą się na podziale wizerunkowym na Polskę solidarną i liberalną, Kaczyński w ten sposób dowiódł swojej retorycznej konsekwencji i spójności.

W debacie z Aleksandrem Kwaśniewskim lider największej wtedy partii opozycyjnej także reprezentował postawę konfrontacyjną, co najpewniej miało swoje źródła w planie przyciążenia do Platformy Obywatelskiej części dotychczasowego elektoratu formacji lewicowych. Zasadność takich działań potwierdzały badania rynku politycznego<sup>15</sup>. Tusk negatywnie wypowiadał się w związku z komunistyczną przeszłością Kwaśniewskiego, wpadkami lewicowych rządów pod prezydenckim patronatem (zwłaszcza błędy w polityce społecznej i ekonomicznej oraz afery korupcyjne biznesowo-polityczne), punktował także sprzeczności w stanowiskach programowych polityków koalicji Lewica i Demokraci (m.in. stosunek do wojny w Iraku, podatku liniowego, przywództwa w LiD, aborcji, eutanazji oraz relacji państwo – Kościół). Kwaśniewski – inaczej niż Kaczyński

<sup>14</sup> Jarosław Kaczyński w debacie z Donaldem Tuskiem: „Chcecie uderzyć w polskich rolników. Bo zawsze żeście chcieli uderzać w słabszych. Cała wasza polityka to było uderzanie w słabszych i dawanie mocniejszym. Taka jest wasza filozofia, taka jest filozofia liberalizmu. Ja nawet lubię Pana, że Pan jest taki konsekwentny, że Pan jest takim konsekwentnym liberałem. Tylko, że to są straszne poglądy”.

<sup>15</sup> M. Kolczyński, M. Mazur, *Broń...*, s. 25.

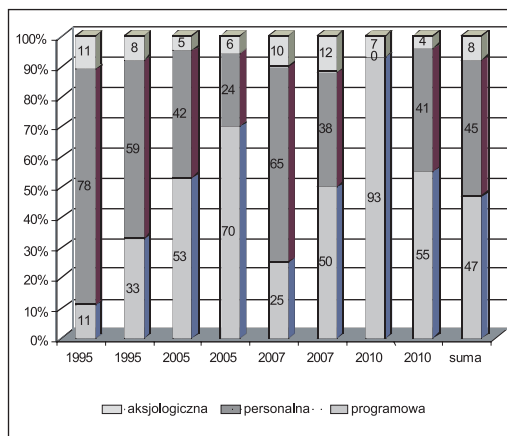


– postawił na pozytywną autoprezentację, atakował dość rzadko<sup>16</sup>, co nie było zaskakujące, biorąc pod uwagę jego dotychczasowy wizerunek polityka konsensualnego, dobrze czującego się publicznie w roli łagodzącego konflikty polityczne. Właśnie taka postawa pozwoliła mu efektywnie odróżnić się od Wałęsy w 1995 r., gdy prezydent w pierwszej debacie skoncentrował się na atakowaniu przeciwnika<sup>17</sup>.

Rozpatrując funkcję obrony w debatach, trudno przewidzieć jej częstotliwość na podstawie liczby ataków (np. porównanie drugiej debaty z 1995 r. i debaty Tusk–Kaczyński z 2007 r.). W ujęciu sumarycznym (329 wypowiedzi atakujących i 122 obrony w apelach polityków), które zaniża nieco skalę krytyki w debatach, ponieważ nie uwzględnia atakujących pytań dziennikarzy w imieniu polityków (debata w 1995 r.) oraz pytań samych polityków, znakomita większość ataków nie doczekała się bezpośredniej odpowiedzi, co mogło wynikać przede wszystkim z ich celności oraz braku właściwych kontrargumentów lub przekonania atakowanego o absurdalności, niewielkim znaczeniu lub bezpodstawności podnoszonych zarzutów. Niezależnie od przyczyn, politycy unikali odpowiadania na krytykę, co raczej nie służyło dialogowi. W tym sensie wskazywana przez Katarzynę Buczak-Sawczyńską przydatność ataków dla lepszego rozpoznania ofert wyborczych przez wyborców<sup>18</sup> musi budzić wątpliwości. Prawdopodobna wydaje się hipoteza, że atakującym politykom nie tyle zależy na wymianie argumentów, co raczej na zaprezentowaniu negatywnych informacji na temat przeciwników politycznych. Rzecz nie w prowadzeniu sporu w formie dialogu, ale w wystąpieniu do publiczności

debat określonych – zwykle na podstawie analizy strategicznej – sygnałów w celu dyskredytacji konkurenta politycznego.

Trudno w świetle badań przesądzać o tematyce ataków – w sumie liczba ataków w ramie programowej oraz personalnej jest zbliżona (wykres 2). Zdecydowanie najrzadziej podejmowano w ujęciu krytycznym wątki aksjologiczne. W pięciu debatach dominowały ataki programowe, w trzech najwięcej było zarzutów personalnych.



Wykres 2. Ramy tematyczne w kategorii „atak” w debatach (w proc.)

Rozważając dominację personalistów w atakach, należy ocenić, że wyjątkowy charakter miało pierwsze telewizyjne spotkanie Wałęsy i Kwaśniewskiego, w którym prezydent wielokrotnie przywoływał rzekome słabe strony lidera lewicy dotyczące jego kompetencji politycznych oraz charakteru (tabela 2). W przypadku drugiej debaty z 1995 r., ze znacznie mniejszą liczbą ataków, obydwaj kandydaci w podobnej liczbie formułowali wypowiedzi atakujące

<sup>16</sup> M.in. pytając o podatki w Irlandii oraz plan prywatyzacji szpitali, a także etykietując przywódcę PO jako „zdeklarowanego liberała”.

<sup>17</sup> Lech Wałęsa tak określił własną taktykę w tej debacie: „Chciałem znokautować Kwaśniewskiego. I popełniłem błąd, ponieważ spotkanie było źle prowadzone, a ja nie miałem czasu na zadanie ciosu. A może nie trzeba się nokautować? Ja wiem, że to wywołało niesmak ludzi wykształconych. Ja się zgadzam – to było nieprezycenckie. Ale nie da rady, jak człowiek jest zdenerwowany”. Dla: „Rzeczpospolita” 14.11.1995.

<sup>18</sup> K. Buczak-Sawczyńska, *Retoryczne strategie ataku i obrony jako elementy dialogu w debatach prezydenckich*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1/2, s. 99.

Tabela 2. Ramy tematyczne w kategorii „atak” w apelach polityków (w liczbach)\*

Rama	1995 (1)		1995 (2)		2005 (1)		2005 (2)		2007 (1)		2007 (2)		2010 (1)		2010 (2)	
	W	K	W	K	T	LK	T	LK	JK	T	T	K	BK	JK	BK	JK
Programowa	2	2	2	6	12	8	15	8	2	13	21	7	15	12	17	12
Personalna	23	5	7	7	10	6	4	4	17	22	15	6	0	0	14	8
Aksjologiczna	3	1	2	0	2	0	0	2	4	2	5	2	1	1	0	2

\* W – Lech Wałęsa, K – Aleksander Kwaśniewski, T – Donald Tusk, LK – Lech Kaczyński, JK – Jarosław Kaczyński, BK – Bronisław Komorowski.

w ramie personalnej. Podobnie było w debacie Kaczyńskiego z Tuskiem – obydwaj politycy odpowiadali za wysoką częstotliwość wypowiedzi krytycznych o tematyce personalnej.

Ustalone przez sztaby reguły debat nie miały znaczącego wpływu na różnice w funkcjach wypowiedzi na poziomie debat i apeli polityków, jeśli nawet uwzględnimy szczególne reguły debat 1995 oraz 2007 (tabela 3). W debatach prezydenta i lidera SdRP dziennikarze zadający pytania w imieniu polityków atakowali, wykazując daleko idącą stronniczość. Natomiast w deba-

tach 2007 r. politycy mogli zadawać sobie najczęściej pytań (w sumie 33), z których wszystkie obliczone były na przedstawienie konkurenta w negatywnym świetle.

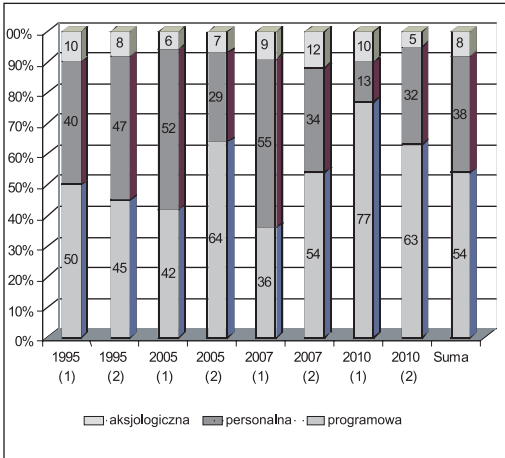
### Ramy tematyczne wypowiedzi

W sumie, debaty można ocenić jako format zdominowany przez dyskusję programową (wykres 3), chociaż personalia były także znaczącym tematem wypowiedzi (prawie 40 proc.). Wyraźnie na marginesie dyskusji znajdują się odniesienia ideologiczne.

Tabela 3. Podstawowe reguły debat w latach 1995–2010

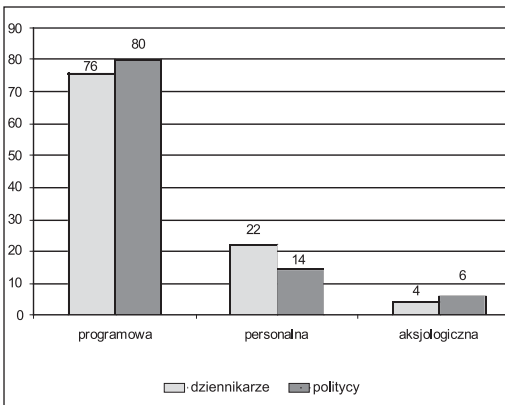
Reguły debat	Debaty							
	1995 (1)	1995 (2)	2005 (1)	2005 (2)	2007 (1)	2007 (2)	2010 (1)	2010 (2)
Pytania dziennikarzy w imieniu polityków – różne dla dyskutantów oraz pytania moderatora (te same dla dyskutantów)	X	X						
Pytania dziennikarzy-moderatorów* – te same dla dyskutantów				X	X	X	X	X
Pytania dziennikarzy – różne dla dyskutantów			X					
Pytania polityków oraz możliwość riposty			X	X	X	X		
Rozmowa dziennikarzy-moderatorów z członkami rodzin kandydatów jako wstęp do debaty				X				
Maksymalny czas wypowiedzi polityków (w min)	2	2	1	1	1,5	1,5	2	2
Podział na segmenty tematyczne	X	X		X	X	X	X	X

\* W drugiej debacie z 2005 oraz debatach z 2007 r. dziennikarze zadawali pytania, jednocześnie pełniąc rolę moderatorów dyskusji między kandydatami.



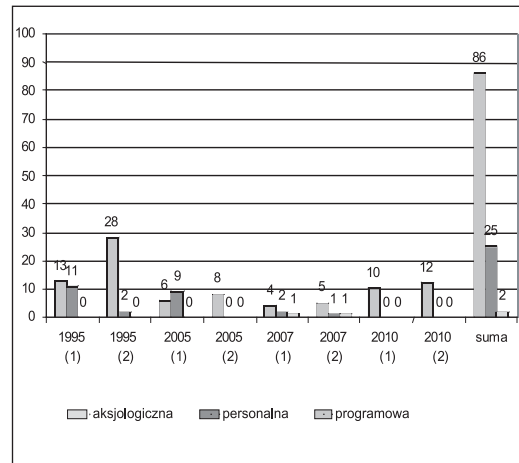
Wykres 3. Ramy tematyczne w debatach (w proc.)

Programowy charakter autopromocji wynika przede wszystkim z przekonania polityków o większej skuteczności takich przekazów. Nie bez znaczenia jest także formalny podział debat na segmenty tematyczne – w polskich debatach najczęściej wedle schematu: gospodarka, polityka zagraniczna, sprawy społeczne, a także postawa dziennikarzy. Interesujący jest fakt, że politycy i dziennikarze w podobnym stopniu orientowali się na wątki programowe w swoich pytaniach (wykres 4). Spośród 49 pytań zadanych przez polityków tylko 4 dotyczyły charakterystyki personalnej, w przypadku dziennikarzy na 113 pytań odnotowano 25 w ramie personalnej.



Wykres 4. Pytania dziennikarzy i polityków w debatach według ramy tematycznej (w proc.)

Analizując treść pytań w poszczególnych debatach, należy ocenić, że mogły one wpłynąć znacząco na ramę tematyczną wypowiedzi polityków w kilku z nich: w pierwszych debatach z lat 1995 oraz 2005 ze względu na stosunkowo wysoką częstotliwość pytań w ramie personalnej, a także w debatach 2010 r. i w drugiej debacie z 2005 r. z powodu monopolu pytań programowych (wykres 5). Jednakowoż programową orientację dziennikarzy w ostatniej z tych debat zakłócił jej początek – rozmowa dziennikarzy z żonami i dziećmi kandydatów, która ukierunkowała uwagę widzów na elementy personalne, dotyczące prywatności polityków.



Wykres 5. Pytania dziennikarzy według kryterium ram tematycznych (w liczbach)

Politycy w debatach z podobną częstotliwością wypowiadali się w ramie programowej. Spore różnice odnotowujemy w proporcji wypowiedzi w ramie personalnej w trzech debatach – częściej taką tematykę poruszają: Wałęsa w pierwszej debacie, Tusk w debacie z Kwaśniewskim oraz Komorowski w drugiej debacie. Tylko w jednej spośród badanych debat (Tusk–Kaczyński w 2007 r.) personalia znacząco (powyżej 10 proc.) przeważały nad kwestiami programowymi, do czego przyczynił się przede wszystkim lider PO (tabela 4).



Tabela 4. Ramy tematyczne w apelach polityków (w liczbach)

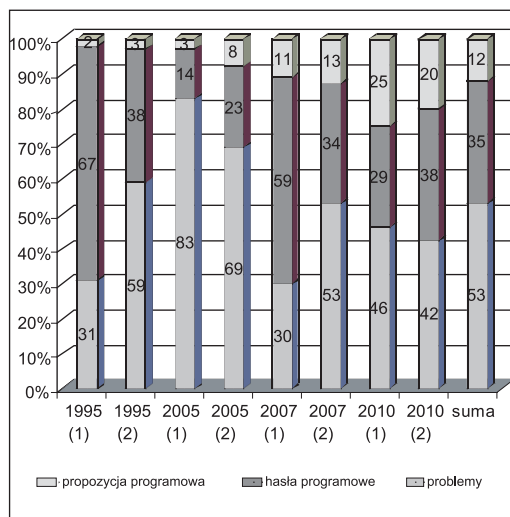
Rama	1995 (1)		1995 (2)		2005 (1)		2005 (2)		2007 (1)		2007 (2)		2010 (1)		2010 (2)	
	W	K	W	K	T	LK	T	LK	JK	T	T	K	BK	JK	BK	JK
Programowa	26	25	33	30	28	30	40	35	22	15	35	35	47	41	47	41
Personalna	27	13	33	33	39	32	21	13	26	30	29	15	10	5	29	15
Aksjologiczna	2	8	5	5	3	5	4	4	5	4	8	7	5	6	2	5

\* W – Lech Wałęsa, K – Aleksander Kwaśniewski, T – Donald Tusk, LK – Lech Kaczyński, JK – Jarosław Kaczyński, BK – Bronisław Komorowski.

Ważne dla rozpoznania natury dyskusji programowej jest wnikięcie w formę tych wypowiedzi. Politycy preferowali rozważanie problemów politycznych (wykres 6). Wskazując i definiując problemy, sugerowali jedynie własną agendę programową, kreśląc ją w wielce ogólnych zarysach (program *implicite*). Apele zakwalifikowane w pozostałych dwóch kategoriach nie pozostawiają wątpliwości co do zamiarów polityka (program *explicite*). Jednakże tylko w przypadku szczegółowych propozycji wyborcy otrzymują w miarę pełną (na ile to możliwe w krótkiej wypowiedzi) informacje na temat planów politycznych. Charakterystyczny dla polskich debat jest trend wzrostowy w kategorii propozycje programowe, który zdaje się być niezależny od typu wyborów (parlamentarne v. prezydenckie).

Apele polityków w debatach pod tym kątem nie różnią się. Wysoki poziom szczegółowych wypowiedzi programowych w porównaniu z wcześniejszymi debatami charakteryzował w 2010 r. zachowanie werbalne obydwu kandydatów.

Forma apeli programowych jest wypadkową kilku czynników, z których należy wyróżnić profesjonalizm polityków oraz dziennikarzy. Profesjonalne podejście do debat tych pierwszych objawia się dwójako – z jednej strony w umiejętności prezentacji czytelnego przesła-



Wykres 6. Formy wypowiedzi w ramie programowej w debatach (w proc.)

nia kampanii, które reprezentować będzie potencjał mobilizacyjny. Skrótość i powierzchowność komunikatów, wykorzystujących proste schematy poznawcze i perswazyjną siłę symboliki, podporządkowane są dominującej dzisiaj w „profesjonalnie” przygotowanej kampanii kreacji wizerunkowej<sup>19</sup>. Z drugiej strony, profesjonalizm polega na przygotowaniu merytorycznym, rzetelnym opracowaniu podstawowych ze względu na cele polityka/partii punktów programu, także po to, by dowieść wybor-

<sup>19</sup> Mariusz Kolczyński, rozważając uwarunkowanie efektywności kampanii wyborczych, słusznie przypomina opinię wieloletniego wydawcy Campaign & Elections Rona Faucheucha, zgodnie z którą brak czytelnego przesłania kampanii w znacznie większym stopniu ogranicza szanse sukcesu politycznego niż nieodpowiednio dobrany kandydat. Zob. M. Kolczyński, *Strategie komunikowania politycznego*, Katowice 2007, s. 207.

com różnicy między podobnymi celami kandydatów oraz lepiej zaprezentować się w interakcji z dziennikarzami. Profesjonalizm dziennikarzy w debatach sprowadza się do sformułowania ważnych dla wyborców, odnoszących się do istotnych problemów politycznych, a jednocześnie interesujących (atrakcyjnych) pytań. Szukając wyjaśnienia dla specyfiki debat 2010, należy dodatkowo odnotować dwie szczególne ich okoliczności: klimat społeczny elekcji przeprowadzanej w cieniu katastrofy smoleńskiej, który mógł sprzyjać rozważaniom programowym w pozytywnym tonie (co znalazło odzwierciedlenie zwłaszcza w pierwszej debacie) oraz fakt, że tylko w tych debatach pytania zadawali wyłącznie dziennikarze, formalnie niezwiązani z kandydatami.

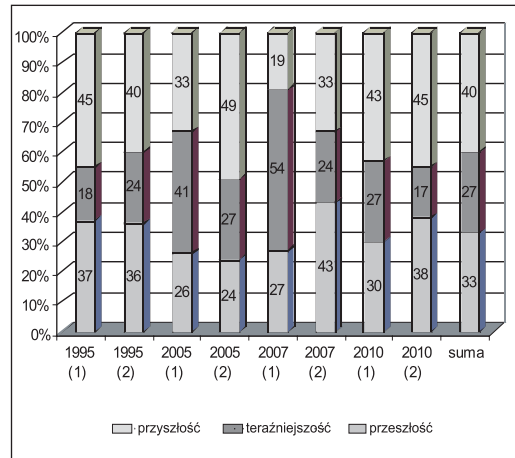
Rozpatrując odniesienia czasowe sekwencji programowych, można wskazać, że politycy najczęściej dyskutowali o sprawach przyszłości oraz teraźniejszości, tylko w telewizyjnym spotkaniu liderów PO i PiS z 2007 r. odnotowano najwięcej sekwencji na temat przeszłości (wykres 7).

Na poziomie apeli polityków tylko w jednej debacie (pierwsza w 1995 r.) obserwujemy znaczące różnice. Aleksander Kwaśniewski wyraźnie orientował swoje wypowiedzi na przyszłość, co zbieżne było z główną linią realizowanej strategii wyborczej (zgodnie z hasłem: *Wybierzmy przyszłość*). Prezydent zaś zdecydowanie częściej odnosił się do przeszłości, m.in. wyjaśniając swoje decyzje w odpowiedzi na krytykę oraz podkreślając dokonania.

Tabela 5. Odniesienia czasowe wypowiedzi w ramie programowej w apelach polityków

	1995 (1)		1995 (2)		2005 (1)		2005 (2)		2007 (1)		2007 (2)		2010 (1)		2010 (2)	
	W	K	W	K	T	LK	T	LK	JK	T	T	K	BK	JK	BK	JK
Przeszłość	13	6	11	12	6	9	10	8	6	4	15	15	11	15	17	16
Teraźniejszość	8	1	9	6	1	12	8	12	12	8	9	8	15	9	10	5
Przyszłość	5	18	13	12	10	9	22	15	4	3	11	12	21	17	20	20

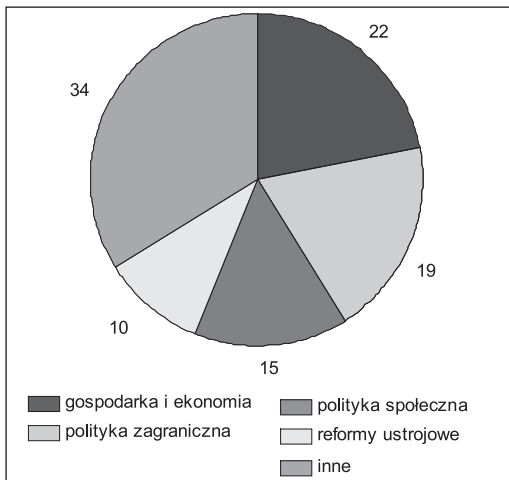
\* W – Lech Wałęsa, K – Aleksander Kwaśniewski, T – Donald Tusk, LK – Lech Kaczyński, JK – Jarosław Kaczyński, BK – Bronisław Komorowski.



Wykres 7. Odniesienia czasowe wypowiedzi w ramie programowej w debatach (w proc.)

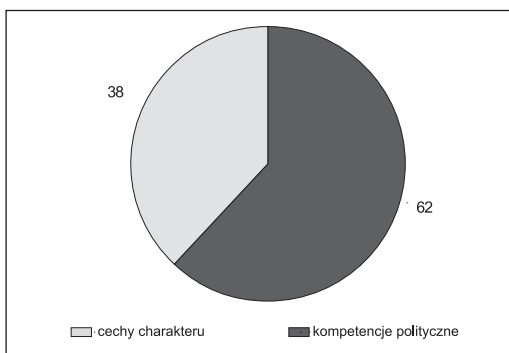
W wyniku analizy wątków tematycznych poruszanych w ramie programowej w debatach stwierdzono, że na plan pierwszy wysuwają się kwestie związane z gospodarką i ekonomią oraz rozmaite zagadnienia bieżące (kategoria inne). Dyskutowane kwestie odnoszą się do problemów, wydarzeń lub dyskusji prowadzonych publicznie w trakcie kampanii. Przykładowo, rozpatrując kategorię „inne”, można wskazać jako szczególnie ważne: w pierwszej debacie telewizyjnej tematykę rozliczenia PRL (m.in. problem dekomunizacji i lustracji), w pierwszym spotkaniu Tuska i Lecha Kaczyńskiego rozważania dotyczące objęcia stanowiska wicemarszałka Sejmu przez Andrzeja Lepera, w dyskusji lidera PO i premiera kwestię powyborczej koalicji PO–PiS, w końcu w 2010 r.

problem wyjaśnienia przyczyn katastrofy smoleńskiej.



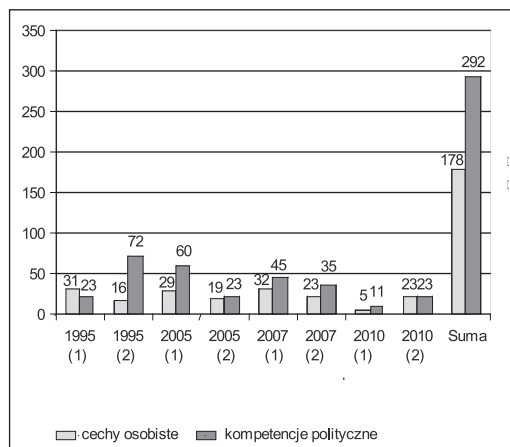
Wykres 8. Wątki tematyczne wypowiedzi w ramie programowej w debatach (suma) – w proc.

Nie odnotowano większych różnic w typie wątków tematycznych w apelach polityków w debatach, co może sugerować, że włączenie do debaty – przez dziennikarzy lub polityków – określonych tematów powodowało zwykle obustronne odniesienie się do nich. Apele w ramie personalnej przede wszystkim dotyczyły kompetencji politycznych (wykres 9), spośród których najczęściej wzmiankowano: wiedzę (60 wskazań) oraz odpowiedzialność polityczną (58 wskazań). W kontekście cech osobistych najczęściej była mowa o uczciwości (52 wskazania).



Wykres 9. Wypowiedzi w ramie personalnej według typu charakterystyki (suma sekwencji) w proc.

Tylko w dwóch debatach cechy osobiste podnoszono częściej lub równie często jak kompetencje polityczne (wykres 10).

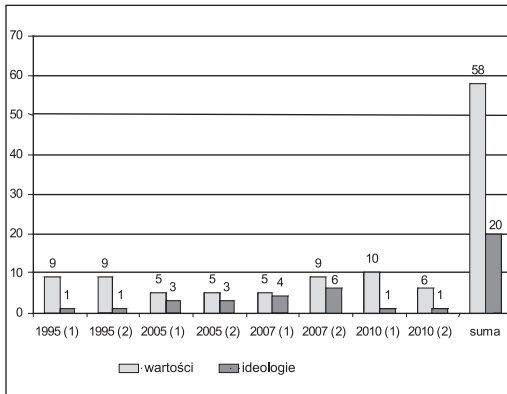


Wykres 10. Wypowiedzi w ramie personalnej według kryterium typu charakterystyki w debatach (w liczbach)

Pozycja kwestii ideologicznych może potwierdzać pragmatyczny charakter rywalizacji w polskich kampaniach. Nawet w sytuacji sporu przedstawicieli historycznie różnych bloków politycznych w debatach z 1995 r. (konflikt strony postkomunistycznej i postsolidarnościowej) nie podkreślano szczególnie często różnic ideologicznych. Niska wartość tej kategorii jest charakterystyczna dla apeli wszystkich polityków w debatach. Najczęściej politycy odnosili się do konkretnych wartości politycznych – raczej oderwanych, nietworzących razem spójnych systemów wartości. We wszystkich debatach tylko dwudziestokrotnie odwoływano się wprost do określonego systemu wartości (wykres 11).

## Zakończenie

Po podsumowaniu wyników przeprowadzonych badań można stwierdzić, że w świetle koncepcji funkcjonalnej dyskursu politycznego polscy politycy w debatach koncentrowali się na przedstawianiu publiczności pozytywnych informacji na temat własnej oferty wyborczej.



Wykres 11. Forma wypowiedzi w ramie aksjologicznej w debatach (w liczbach)

Ataki przeważały nad pochwałami tylko w debatach parlamentarnych. Uczestnicy debat niechętnie decydowali się na wymianę argumentów, o czym może świadczyć proporcja ataków i obron. Wartość kategorii obrony na poziomie debat nie przekroczyła 20 proc. sekwencji, dodatkowo częstotliwość obron niekoniecznie zwiększała się wraz z częstotliwością ataków.

Debata pełniły dla kandydatów rolę specyficznych kanałów reklamy w tym sensie, że poprzez własne odpowiedzi i pytania wysyłali publiczności wcześniej zaprojektowane komunikaty, zarówno w odniesieniu do preferowanych przez siebie tematów (gdy je inicjowali), jak i w sytuacji, gdy poruszali wątki włączane do agendy tematycznej przez konkurenta lub dziennikarzy. Oferty wyborcze najczęściej przybierały postać pragmatycznych stanowisk i haseł. Najwięcej było wypowiedzi programowych na tematy „dyżurne” w kampanii wyborczej, narzucane do pewnego stopnia przez tematyczną segmentację debat oraz bieżące spory i wydarzenia. Gdy była mowa o personaliach, istotną pozycję zajmowały kompetencje polityczne. Trend prywatyzacji wizerunku w debatach nie znalazł potwierdzenia. Ideologicznych odniesień używano rzadko, bardziej w formie karykaturalnego etykietowania przeciwnika (komunizm – postkomunizm Kwa-

śniewskiego lub liberalizm Tuska), aniżeli istotnej różnicy doktrynalnej. Przedmiotem ataków, zwykle w podobnej proporcji, były wątki programowe i personalne. Nie zaobserwowano tendencji zmian w zawartości debat pod kątem analizowanych zagadnień. Wyjątek stanowi wzrost roli szczegółowych propozycji programowych, ale w związku z niewielką liczbą wypowiedzi tego rodzaju należy ostrożnie wnioskować na ten temat.

Po rozważeniu przyczyn różnic między debatami, a także apelami dyskutantów, w kontekście podstawowych kategorii, należy podkreślić ważną rolę strategii wyborczych kandydatów oraz niewielki wpływ reguł debat. Politycy, kierując się w swoich działaniach wyborczych zasadami racjonalności i przewidywalności, dążą do wypracowania optymalnego modelu kształtowania zachowań wyborczych. Starają się, by debaty nie odbiegały od głównego przesłania kampanii i efektywnie wpisywały się w proces ich wizerunkowej kreacji. Warto zauważyć jednocześnie, że traktowanie debat jako narzędzia strategicznego rodzi sprzeczne do pewnego stopnia tendencje. Z jednej strony, ze względu na kontekstualną zmienność otoczenia, poszczególne debaty mogą znacznie różnić się między sobą pod kątem funkcji dyskursu i formy wypowiedzi. Z drugiej jednak, z powodu chęci polityków wpisania się w kulturę polityczną preferującą apele pozytywne, programowe ramy tematyczne, apele sugestywne i atrakcyjne perswazyjne, ale niepogłębione merytorycznie, strategiczne cele determinują pewną powtarzalność formatu. W kontekście funkcji debat i apeli polityków reguły debat nie wpłynęły istotnie na różnice między debatami. Nie można jednak nie dostrzec ważnej roli dziennikarzy, choćby tylko samego faktu ich uczestnictwa w debacie. Niepodważalny jest ich znaczący wpływ na agendę poruszanych tematów oraz formę wypowiedzi polityków.