

Aleksandra KONIECZNA

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

ORCID: 0009-0000-7626-5580

„Jesteśmy takim zjawiskiem constans” – analiza obrazu kampanii wyborczych w serialu „Świat według Kiepskich”

Streszczenie: Serial „Świat według Kiepskich” przez ponad 20 lat towarzyszył polskiemu widzom. Twórcy popularnego sitcomu podejmowali najróżniejsze wątki, w tym polityczne. W związku z tym autorka tekstu postanowiła sprawdzić, jaki był obraz kampanii wyborczych prezentowanych we wskazanym serialu. W tym celu dokonano analizy wybranych odcinków produkcji. Sprawdzono – kto i w jakich wyborach brał udział, czy kandydujący odnieśli sukces, a także jakie metody stosowali. Efektem analizy było również ustalenie, w jakie ramy narracyjne – zgodnie z tymi zaproponowanymi przez Liesbet van Zoonen – wpisać można analizowane odcinki serialu.

Słowa kluczowe: politicotainment, seriale, „Świat według Kiepskich”, kampania wyborcza, Liesbet van Zoonen

Wstęp

Miliony widzów swoją uwagę oraz czas poświęciły takim serialom jak „House of Cards”, „Ranczo” lub „Gra o tron”. W każdej z wymienionych produkcji motywem przewodnim lub bardzo istotnym wątkiem była rywalizacja polityczna. „House of Cards” przedstawiało skrajnie pejoratywny obraz polityki, a bohaterowie „Rancza” toczyli walkę o stanowiska gminne oraz państwowe. Ostatni z wymienionych tytułów, to produkcja fantastyczna, w której także rywalizowano o polityczne wpływy.

Również i popularny sitcom „Świat według Kiepskich”, który przez lata towarzyszył odbiorcom, ukazywał wątki polityczne. Twórcy serialu, poprzez jego fabułę, niejednokrotnie odnosili się zarówno do aktualnych wydarzeń na scenie politycznej, jak i jej aktorów oraz ich wypowiedzi. Te ukazywane były zarówno w sposób żartobliwy, jak i refleksyjny. Trafnie

sposób konstruowania serialu opisywał Ryszard Kotys (aktor wcielający się w bohatera serialu – Mariana Paździocha), który w materiale z okazji 15-lecia produkcji wskazywał, że jej główną zaletą jest fakt, że „ma ona drugie dno” (*Jesteśmy zjawiskiem...*). W podobny sposób serial charakteryzował Wiesław Godzic, który zauważał, że jest on skierowany zarówno do osób niewykształconych, jak i inteligencji. Badacz stwierdzał, że pierwsza z wymienionych grup w serialowych postaciach dostrzega osoby podobne do siebie samych (a nawet gorsze), druga zaś zauważa w serialu groteskę oraz wyraz buntu wobec dominującego świata (Godzic, 2004, s. 246).

Ponadto należy zaznaczyć, że serial „Świat według Kiepskich” emitowany był przez ponad 20 lat – jego pierwszy odcinek pojawił się w 1999 roku, a ostatni 16 listopada 2022 roku. Łącznie twórcy zrealizowali 590 epizodów serialu. Według informacji zaprezentowanych w 2019 roku przez stację Polsat omawiany serial już wtedy był „najdłużej emitowanym sitcomem w Polsce i drugim, zaraz po serialu »Klan«, najdłużej utrzymującym się na antenie serialem rodzimej produkcji” (*Na czym...*, 2019). Dodatkowo wspomnieć należy również o tym, że „Świat według Kiepskich” przez lata cieszył się zainteresowaniem odbiorców, a jego rekordowe pod względem oglądalności epizody śledziło ponad 4 miliony widzów (Jarecki, 2022).

W ocenie autorki tekstu, także odcinki zawierające polityczne nawiązania, zarówno bawiły swoją komediową formą, jak i miały „drugie dno”, które dostrzec mogli tylko ci spośród widzów, którzy posiadali odpowiednią wiedzę polityczną. Bohaterowie omawianej produkcji niejednokrotnie podejmowali aktywność polityczną – głosowali w wyborach, komentowali zmiany na scenie politycznej, organizowali protesty, a także sami kandydowali na różne stanowiska. W niniejszym artykule autorka postanowiła przeanalizować obraz kampanii wyborczych, które ukazano w serialu. Wskazany temat zdecydowano się podjąć z uwagi na jego istotność naukową – jak wykazano w dalszej części artykułu – obraz polityki ukazywany w mediach może oddziaływać na odbiorców, a więc kształtować ich wyobrażenie na temat tej sfery życia. Kampania polityczna jest zaś często nazywana „świętem demokracji” – wyobrażenie o niej, które posiadają potencjalni wyborcy, również jest więc istotne. Ponadto, w polskiej literaturze medjoznawczej nadal brakuje szerszego podjęcia rozważań na temat kultury popularnej oraz jej przekazów – przeprowadzenie poniższej analizy miało więc na celu także poszerzenie dyskusji naukowej we wskazanym obszarze.

Medialny obraz świata i jego wpływ na odbiorców

Przed omówieniem wyników analizy wybranych epizodów serialu „Świat według Kiepskich” należy wskazać na rolę mediów w kształtowaniu postaw ich odbiorców. Jako „najlepiej zbadany i udokumentowany model długofalowego oddziaływania mediów” Denis McQuail wskazał teorię kulturywacji, której autorem jest George Gerbner (McQuail, 2007, s. 486). Gerbner wraz z zespołem stwierdzał, że telewizja jest tym środkiem masowej komunikacji, który ma największą siłę oddziaływania oraz wskazywał, że jej długotrwałe oglądanie prowadzi do zastąpienia u odbiorców rzeczywistego obrazu świata (opartego na ich własnym doświadczeniu) telewizyjnym obrazem rzeczywistości (ibidem).

Według twórców teorii kulturywacji, to telewizja „kulturywuje bądź rozwija światopogląd, który, mimo że jest w wielu przypadkach niezgodny z rzeczywistością, staje się dla nas rzeczywisty, ponieważ jako społeczeństwo wierzymy, że tak naprawdę jest tym i na tym przekonaniu opieramy naszą codzienną ocenę świata” (Baran, Davis, 2007, s. 380).

W podobny sposób medialny obraz rzeczywistości, zwłaszcza ten ukazywany w przekazach rozrywkowych, charakteryzowała Katarzyna Pokorna-Ignatowicz. Badaczka stwierdzała, że jest on uproszczony, schematyczny i prezentuje te wartości, które dominują wśród publiczności (2012, s. 60). Również, kolejny z autorów – Winfried Schulz – zauważał, że ukazywany przez media obraz rzeczywistości często jest „wyraźnie tendencyjny i zabarwiony ideologicznie” (2006, s. 37).

W związku z tym, iż Gerbner podkreślał, że to te programy, które widzowie oglądają najczęściej, mają na nich największy wpływ, należy zauważyć, że to właśnie produkcje rozrywkowe w znaczącym stopniu wpływają na sposób postrzegania polityki i polityków (Piontek, 2011, s. 105). Jak zauważali B. R. Warner, H. J. Hawthorne i J. Hawthorne (2015, s. 542), którzy analizowali liczne publikacje naukowe wskazujące na związki między kulturą popularną oraz polityką, to właśnie przekazy rozrywkowe mogą poszerzać wiedzę polityczną widzów, którzy w łatwiejszy sposób pozyskują ją oglądając treści rozrywkowe (np. seriale) niż śledząc tradycyjne przekazy informacyjne.

W związku z powyższym – za Dorotą Piontek, która odwołuje się do Liesbet van Zoonen – autorka przyjmuje, że istotne jest badanie związków pomiędzy polityką i rozrywką, gdyż „rozrywka stanowi nie tylko istotną część doświadczenia ludzi, ale ma też wpływ na przedstawianie polityki, jej postrzeganie i na zachowania polityczne” (Piontek, 2011, s. 111).

Kultura popularna i polityka

Wspomniana już van Zoonen wskazała również na trojaki charakter związków między polityką i kulturą popularną: „kultura popularna jest fikcją polityczną, bywa sceną polityczną i stanowi rodzaj politycznej praktyki” (ibidem, s. 57). Z punktu widzenia autorki niniejszego artykułu kluczową rolę odgrywa pierwszy ze wskazanych związków. Występuje on, gdy politycy i wydarzenia polityczne stają się tematem seriali, filmów i powieści, co, jak stwierdza Dorota Piontek „ma istotne znaczenie dla kształtowania postrzegania tej sfery życia społecznego przez ich odbiorców” (ibidem, s. 59). Według von Zoonen, co opisuje Piontek, w filmach o polityce wyznaczyć można cztery ramy narracyjne, które się ze sobą przeplatają i są nieostre. Są to ramy: poszukiwania, opery mydlanej, biurokracji i spisku. W pierwszej z nich bohater jednostkowy lub grupowy bierze udział w wyścigu o władzę, w drugiej polityka zostaje przedstawiona przez pryzmat przyjaźni, działań, losów jednostek. Dwie ostatnie ramy obrazują za to mroczne strony polityki, która przesycona jest niezrozumiałymi regulacjami lub też pełna jest egoistycznych jednostek, dla których jedynym celem jest realizacja partykularnych interesów (ibidem, s. 59).

Natomiast na określenie zjawiska, jakim jest prezentowanie polityki w rozrywkowych gatunkach telewizyjnych, Kristina Riegert stworzyła termin „politicotainment”, który powstał z połączenia słów „politics” i „entertainment”. Badaczka, jak wskazywała Piontek, wyjaśniła to określenie w następujący sposób: „Denotuje sposoby, w jakie polityka i życie polityczne są interpretowane, negocjowane i reprezentowane przez przemysł rozrywkowy, a szczególnie przez seriale dramatyczne i telewizyjne programy, które bazują na prawdziwych wydarzeniach” (za: Piontek, 2013, s. 56–57).

Przedmiot badania i metodologia

Przedmiotem badania, którego wyniki zaprezentowano poniżej, był obraz kampanii wyborczych w serialu „Świat według Kiepskich”. Celem badawczym było natomiast ustalenie, w jaki sposób we wskazanej produkcji ukazywane były: kampania wyborcza, przygotowania do niej oraz biorący w niej udział bohaterowie serialu. Sformułowano również główne pytanie badawcze, które brzmiało: w jaki sposób ukazywane były kampanie wyborcze oraz startujący w nich bohaterowie serialu „Świat według Kiepskich”? Ponadto postawiono również szczegółowe pytania badawcze, które

brzmiały następująco: (1) w jakich (ogólnopolskich czy lokalnych) wyborach startowali bohaterowie serialu?, (2) jaki rezultat wyborczy osiągnęli kandydujący, (3) jakie metody stosowali kandydujący, by uzyskać urząd?

Materiał badawczy stanowiły wybrane odcinki serialu „Świat według Kiepskich”. Epizody zostały dobrane w sposób celowy, a kryterium ich wyboru stanowiła ich treść. Analizie poddano bowiem tylko te odcinki produkcji, w których wątkiem przewodnim była kampania wyborcza. W wybranych odcinkach w wyborach udział brali bohaterowie serialu, którzy kandydowali zarówno na fikcyjne, jak i rzeczywiste stanowiska. Mimo iż w fabule tych odcinków nie ukazywano prawdziwych polityków, to często nawiązywano do rzeczywistych wydarzeń (wspominane nawiązania zostały przedstawione w dalszej części tekstu – podczas analizy wybranych epizodów).

Poprzez termin kampania wyborcza autorka tekstu rozumie wszelkie działania podejmowane przez kandydatów, które mają umożliwić im wygraną w wyborach. W związku z powyższymi kryteriami do analizy wybrano odcinki: „Kiepski prezydent”, „Biały miś”, „Radny”, „Więcej lepiej taniej weselej”, „Blżej człowieka” oraz „Kalibaba”. Wyboru wskazanych sześciu epizodów (spośród wszystkich 590 odcinków serialu) dokonano w sposób celowy, kierując się ich zawartością. Wybrano te epizody, w których kampania wyborcza stanowiła główny (a w zasadzie jedyny) temat odcinka. Nie analizowano epizodów takich jak np. „Zając wielkanocny” – odcinka, w którym bohaterowie szykowali się do Świąt Wielkanocnych, a dodatkowo wspominali, że nadchodzą wybory. Przeprowadzono analizę jakościową, która pozwoliła przeanalizować zawartość wskazanych epizodów, w tym wskazać na pojawiające się w nich nawiązania do rzeczywistości politycznej. W efekcie przeprowadzone badanie pozwoliło zestawić ze sobą wybrane epizody, porównać je, a także określić, w które ramy narracyjne (według tych wymienionych przez Liesbet van Zoonen) się one wpisują.

Opis i analiza wybranych odcinków¹

Pierwszy z analizowanych odcinków nosi tytuł „Kiepski prezydent”. W początkowych scenach epizodu Kiepski wraz z synem ogląda w te-

¹ Wszystkie przeanalizowane odcinki oraz pochodzące z nich cytaty zostały pozyskane z serwisu streamingowego Polsat Box Go.

lewizji wystąpienie kandydata na urząd prezydenta kraju – Mariana Pokraka. Ferdynand wyśmiewa mężczyznę, negatywnie wypowiada się o wszystkich politykach oraz polityce, którą określa „zawracaniem dupy”. Wyjaśnia również synowi, że każdy chętny ma prawo zostać prezydentem Polski. W efekcie Waldek namawia ojca do startu w wyborach i zakłada się z nim, że jeśli ten zostanie wybrany, to otrzyma od niego flaszkę wódki. Cel startu bohatera w wyborach na urząd głowy państwa jest więc błahy i skrajnie partykularny.

Ferdynand Kiepski rozpoczyna swoją kampanię wyborczą, do której przygotowania angażuje rodzinę oraz sąsiada Arnolda Boczka. Do poparcia pomysłu swojego startu w wyborach przekonuje również żonę, w rozmowie, z którą wypowiada słowa: „Nie chcem, ale muszem” – są one nawiązaniem do słów prezydenta Lecha Wałęsy, który mówił „Nie chcę, ale muszę” o swoim starcie w wyborach na urząd głowy państwa (Zybliekiewicz, 2018).

W kolejnych scenach ukazane zostają przygotowania Kiepskiego do wyborczego startu. Dowiadujemy się również, jak idealnego kandydata na najwyższy urząd w państwie postrzegają mieszkańcy kamienicy. Zależy im na tym, by prezydent był szczupły, opalony, dobrze ubrany, znał język angielski i przestrzegał dobrych manier. Pominięte przez bohaterów zostają więc kwestie merytoryczne, kompetencje lub polityczne doświadczenie przyszłego prezydenta. W związku z tym żona uczy Ferdynanda zachowania przy stole (w tym jedzenia nożem i widelcem), córka angielskiego, Boczek próbuje odchudzić sąsiada, a syn wyjaśnia ojcu, w jaki sposób ten powinien witać się z Jelcynem, a jak z Clintonem.

W efekcie wspólnych wysiłków kandydat na prezydenta zmienia swój wizerunek. Kiepski zaczyna ubierać się jak gwiazda estrady, a podczas rozmowy z lokalnym listonoszem prezentuje swoje hasło wyborcze. Brzmi ono: „Nie chcesz mieć brzucha pustego, głosuj na Ferdka Kiepskiego”. Dopytywany o to, jak doprowadzi do zmiany sytuacji w kraju wyjaśnia: „Najpierw niech pan zagłosuje, a potem to się jakoś tam tego”. Dodaje także: „Ja proponuję śpiewy i tańce dla całego narodu. Polityka [...] pro wypoczynkowa i co jest bardzo ważne, browar dla każdego”.

Kiepski swój program wyborczy prezentuje również w telewizji. Przedstawia go śpiewając piosenkę zatytułowaną „Obiecanka”, co niewątpliwie nawiązuje do powiedzenia „obiecanki cacanki”. W jej treści padają następujące słowa oraz obietnice: „Kiełbasa, browary i inne to-

wary, narodzie kochany, ja tobie dam. Opiekę lekarską i rentę wysoką, tylko mnie wybierz na prezydenta. Kokosy, banany, narodzie kochany, a zamiast pracy taniec i śpiew. I każdy będzie miał, co będzie chciał”.

Zaprezentowany przez bohatera serialu program wyborczy jest więc nie tylko skrajnie nierealistyczny, ale również populistyczny. Pod drugim z określeń autorka artykułu rozumie taki sposób uprawiania polityki, który cechuje się „popieraniem lub lansowaniem idei, zamierzeń, głównie politycznych i ekonomicznych, zgodnych z oczekiwaniami większości społeczeństwa w celu uzyskania jego poparcia i zdobycia wpływów lub władzy” (*Populizm*, 2023).

Ostatecznie wybory na prezydenta Polski wygrywa kandydat o nazwisku Kowalski, który osiąga prawie 100% głosów. Być może jest to nawiązanie do Aleksandra Kwaśniewskiego i jego zdecydowanej przewagi w sondażach przedwyborczych. Warto bowiem odnotować, że odcinek „Kiepski prezydent” został wyemitowany 20 września 2000 roku, a więc w czasie, gdy w Polsce trwała rzeczywista kampania wyborcza na urząd prezydenta kraju (CBOS, 2000).

Ferdynand Kiepski, który w wyborach na prezydenta Polski uzyskał jedynie 4 głosy, również osiąga, przynajmniej częściowy sukces. Mężczyzna otrzymuje list, że naród Timbaktu chce, by został jego prezydentem. W efekcie Kiepski wygrywa zakład z synem.

Kolejny włączony do badania odcinek nosi tytuł „Biały miś”. W epizodzie rodzina Kiepskich zaczyna od przedstawicielek opieki społecznej otrzymywać paczki z żywnością (określane jako deputaty). W każdej z nich obok produktów spożywczych znajduje się maskotka misia. Oburzeni tym, że rodzina otrzymuje urzędowe wsparcie, są jej sąsiedzi – Arnold Boczek i Marian Paździoch. Drugi z mężczyzn najpierw upija się i leżąc na korytarzu krzyczy „precz z komuną”, a następnie występuje w programie telewizyjnym „Polaków rozmowy”. W jego trakcie ogłasza, że założył partię polityczną „Prawo i pięść”. Prezentuje również program ugrupowania, czyli: „zerwanie z chamstwem w państwie, nieróbstwem i pijaństwem”. Celem ugrupowania jest również przeciwdziałanie „pasożytnictwu społecznemu” i zaprzestanie wspierania najuboższych. W związku z tym Paździoch proponuje program „Won stąd”, w ramach którego chce eksmitować z kraju wszystkie warstwy najuboższe. Dopytywany, gdzie wyrzuceni mieliby się udać, zapowiada, że choćby na Madagaskar. Wskazanie przez bohatera właśnie tej wyspy może być nawiązaniem do czasów II RP i planów władz, by na Madagaskar odesłać Żydów (Brzeziecki, 2023).

W odpowiedzi na działania Paździocha – Kiepski również tworzy swoją partię polityczną, której celem jest wsparcie najuboższych (m.in. przez regularne deputaty). Lider ugrupowania na korytarzu kamienicy, w której mieszka, rozpoczyna zbiórkę podpisów. Za każdy z nich wręcza popierającej go osobie pluszowego misia. Nie przeszkadzał mu fakt, że jeden z mężczyzn podpisuje się na liście dwukrotnie (za drugim razem podrabiając podpis swojej żony).

W rozmowie z zainteresowanym programem partii mężczyzn, Kiepski mówi, że ten brzmi: „przytul mnie” oraz dodaje, że ugrupowanie jest „partią ludzi potrzebujących”. Swoje postulaty planuje natomiast zrealizować poprzez „odebranie bogatym” i dodrukowanie pieniędzy. Gdy potencjalny wyborca określa postulaty partii słowami „demagogia” i „populizm”, to zwolennicy Kiepskiego wyprowadzają go z kamienicy, a lider ugrupowania zapowiada swoim poplecznikom, że jak wygra to „dobrze będzie”, a „jak będzie źle, to na pewno nie nam”. Ostatecznie – dzięki swojemu populistycznemu i nierealnemu programowi, w którym partia Kiepskiego obiecała masowe rozdawnictwo, ugrupowanie wchodzi do Sejmu.

Zaprezentowane w odcinku polityczne wydarzenia podsumowuje seniorka rodu Kiepskich, która w ostatniej scenie mówi: „Co się polepszy, to się popieprzy. Co się zbuduje, to się zrujnuje. Co się ustali, to się obali. Polak mieć musi łeb i dupę ze stali”. Słowa babki są więc zarazem humorystycznym, ale i skłaniającym do namysłu podsumowaniem zarówno wydarzeń z życia tytułowej rodziny, jak i oceną polskiej polityki.

W kolejnym odcinku – zatytułowanym „Radny” – w wyborach samorządowych startuje Marian Paździoch. Mężczyzna od początku epizodu nie przebiera w środkach i postępuje nieetycznie – m.in. rozsypuje śmieci na korytarzu kamienicy lub na drzwiach toalety umieszcza wulgarny napis. Dzięki swoim działaniom, w rozmowach z sąsiadami może pytać: „Czy zauważyliście panowie, że ostatnimi czasy coś niedobrego dzieje się w Polsce? Bród, smród i ubóstwo” oraz zarzucać gospodarzowi bloku – Janowi Malinowskiemu, że ten zaniedbuje obowiązki. Dodatkowo Paździoch zakłóca pracę jednego z supermarketów, który otwarty jest w niedzielę. Zostaje aresztowany, a relacjonującym wydarzenie dziennikarzom mówi, że bronił katolickich wartości. Krzyczy również „precz z komuną” oraz dodaje, że: „dzisiaj uwięziony jestem ja, ale jutro może być uciemiężony i omamiony cały naród polski”.

Działania Paździocha zyskują uznanie części mieszkańców kamienicy (np. Haliny Kiepskiej lub Arnolda Boczka), którzy stwierdzają, że mężczyzna „ma jaja”. W efekcie Paździoch rozpoczyna oficjalną kampa-

nię wyborczą pod hasłem „Polak z jajami”, a uwagę zwraca jego zmieniony wygląd – jądra mężczyzny stają się nienaturalnie duże. Poparcie kandydata szybko wzrasta, a ten prezentuje radykalne metody działania. Stwierdza, że wszystkich łamiących prawo należy wziąć „za jądra i na latarnię” lub „do wora i do jeziora”.

Co istotne – w kampanię wyborczą – zaangażowany jest także lokalny duchowny, który popiera Paździocha, a innego z kandydatów określić miał mianem „ruskiego agenta”.

Jedynym bohaterem serialu, który nie popiera Paździocha, jest Ferdynand Kiepski. Mężczyzna wypowiada się o nim wulgarnie oraz zrywa jego plakaty. Informuje też żonę, że jeśli ta zagłosuje na Paździocha, to się z nią rozwiedzie.

W efekcie swojej kampanii sąsiad Kiepskich wygrywa wybory z 90% poparciem i sukces fetuje w studiu telewizyjnym. Podczas wystąpienia ogłasza, że zaprowadzi dobrobyt oraz rozprawi się ze złodziejami. Dodaje także, że: „każdy, kto podniesie rękę na demokratycznie wybraną władzę, będzie przez tą władzę, miał rękę urżniętą i to przy samej dupie”. Słowa wypowiedziane przez Paździocha są nawiązaniem do wystąpienia Józefa Cyrankiewicza z 1956 roku (*Czołgi...*, 2022). Wybrany na urząd radnego mężczyzna rozpoczyna również odliczanie do początku istnienia „V Rzeczpospolitej” [co również jest politycznym nawiązaniem do określania „IV Rzeczpospolita” – termin ten pojawił się m.in. jako slogan podczas kampanii prezydenckiej Lecha Kaczyńskiego 2005 roku (*Postawili...*, 2010)].

Wraz z zakończeniem odliczania Paździochowi spadają spodnie, a jego powiększone jądra okazują się być balonami, które pękają. Prawdopodobnie scena nawiązuje do powiedzenia o „pompowaniu balonika oczekiwania”, który pęka.

W kolejnych trzech analizowanych odcinkach kandydatem w wyborach jest Andrzej Kozłowski. W epizodzie zatytułowanym „Więcej lepiej taniej weselej” mężczyzna kandyduje do Sejmu. O pomoc w przeprowadzeniu kampanii wyborczej prosi Ferdynanda Kiepskiego, który przy wódce, wymyśla mu hasło wyborcze – to zawarte zostało w tytule odcinka. Kozłowski do pracy przy kampanii angażuje również dzieci głównego bohatera. Mają one, podczas gdy polityk będzie zbierał podpisy, śpiewać i tańczyć. Mężczyzna zapowiada bowiem, że podczas jego spotkań wyborczych ma być wesoło, pięknie i „do pokazania”.

Kiepski do poparcia Kozłowskiego próbuje przekonać również żonę oraz Mariana Paździocha. W rozmowach z nimi twierdzi, że program po-

lityka jest „wspaniały” i kandydat chce, żeby „ludziom w Polsce żyło się lepiej i było weselej”. Agitowani nie dają się jednak przekonać, a Paździuch w ciekawy sposób porównuje polityków do gołębi, które jedynie potrafią ładnie wyglądać w telewizji.

W mieszkaniu tytułowej rodziny Kozłowski organizuje swój polityczny „feedback” (jest to określenie zastosowane w serialu) i prezentuje spot wyborczy, w którym występują dzieci Kiepskich. Jest on połączeniem muzyki disco z tańcem i śpiewem. W piosence zaprezentowana zostaje sylwetka kandydata (jego dorobek i wykształcenie) oraz wyliczane są problemy społeczne – tj. np. zamykanie kopalń, bezrobocie, lub upadek nauki. Rozwiązaniem wszystkich problemów ma być danie dzieciom laptopów za darmo i wybranie Kozłowskiego do Sejmu. Mimo iż bohaterowie serialu (poza Paździuchem) entuzjastycznie reagują na prezentację, to Kozłowski nie zostaje wybrany. Zamiast niego do parlamentu dostają się Jolasia, Waldek oraz Mariolka. Oburzonemu wynikami Kiepskiemu, żona wyjaśnia, że wyborcy postawili na „młodość, spontaniczność, piękno”, a rządzenie sprowadza do „podnoszenia ręki”.

W jednej z ostatnich scen nowo wybrani posłowie odwiedzają fryzjera, a następnie ubrani jak celebryci, na sejmowym korytarzu przedstawiają swoje postulaty. Dziennikarce oświadczają, że ich partia nosi nazwę „Taniec i śpiew dla Polski”, a jej program jest „fajny” i chcą sprawić, „żeby ludziom było lepiej”.

W przypadku tego epizodu należy zauważyć, że program, który zaprezentował Andrzej Kozłowski, nie zawierał żadnych merytorycznych postulatów, a kandydat nie zaproponował sensownych sposobów rozwiązania problemów społecznych. Wyborcy, których Kozłowski chciał pozyskać tańcem i śpiewem, nie tyle nie poparli jego kandydatury oraz programu, ale wybrali zamiast niego osoby, które dostarczyły im rozrywki. Wyborcy postawili więc na „celebrytów” kosztem, przynajmniej pozornie – poważniejszego kandydata.

W kolejnym analizowanym epizodzie – „Bliżej człowieka” – Kiepscy w środku nocy odkrywają, że na korytarzu ich kamienicy śpi prezes Kozłowski, który powiadamia małżeństwo, że za chwilę rozpocznie się kampania samorządowa. Polityk informuje, że w myśl powiedzenia: „Nie będzie chodził teraz Mahomet do góry, tylko góra przyjdzie do Mahometa”, założył biuro na korytarzu ich kamienicy. Stwierdza, że „polityk bliżej człowieka ma być” i zaczyna interesować się życiem sąsiadów. Razem ze swoją asystentką (z którą ma romans) częstuje mieszkańców jabłkami i dopytuje o ich komfort życia (np. o dostęp do bieżącej wody

oraz działanie kaloryferów). Pomaga również Halinie wkręcić w toalecie żarówkę, a w innej scenie do tego samego pomieszczenia wchodzi razem z Kiepskim.

Okazuje się, że kandydata nie popiera Marian Paździoch. Mężczyzna zdecydował się bowiem poprzeć posła Stanisława Kurczynogę, który również „wprowadza się” na korytarz kamienicy. On także chce „być bliżej człowieka” i prześciga się z Kozłowskim na obietnice wyborcze. Politycy twierdzą, że jeśli zostaną wybrani, to zagwarantują mieszkańcom nowe ścieżki rowerowe, kolorowe i grające fontanny oraz rozrywkę.

Istotną sceną odcinka, która również jest niezwykle wymowna, jest moment, w którym kandydaci agitują Arnolda Boczka. Sąsiad Kiepskich nie przyjmuje od nich jabłek, ale bierze od posła Kurczynogi kiełbasę. Polityk dogaduje się z mężczyzną mówiąc: „ja dziś pana nią częstuję, jutro na mnie pan głosuje”. Zaprezentowana scena najprawdopodobniej nawiązuje do powiedzenia „kiełbasa wyborcza” oraz ukazuje, jak łatwo można „przekupić” potencjalnego wyborcę. Boczkowi, do tego, by poprzeć danego polityka, wystarcza bowiem to, że ten jednorazowo częstuje go kiełbasą. Bohatera nie interesują natomiast ani kwalifikacje kandydatów, ani ich programy wyborcze.

Zdesperowani brakiem postępów w prowadzonej przez siebie kampanii politycy decydują się przybliżyć do bohaterów serialu (ci ukrywają się przed nimi, a do swoich mieszkań wchodzi po rynnie). W efekcie postanawiają wejść Kiepskim do łóżka (w dosłownym sensie). Zmęczona zachowaniem polityków rodzina ucieka przed nimi do lasu. W tym razem z małżeństwem pojawiają się Waldek i Jolasia, którzy także opuścili swoje mieszkanie, ponieważ miało próbować „zbliżyć się” do nich aż 6 polityków. W ostatniej scenie okazuje się, że również w lesie rodzina Kiepskich zostaje odnaleziona przez kandydatów. Kozłowski i Kurczynoga udają kukułki, a pierwszy z mężczyzn śpiewa: „Kukułeczka kuka, społeczeństwa szuka”.

Scharakteryzowany odcinek ponownie prezentuje więc polityków, którzy nie mają merytorycznego programu wyborczego oraz prześcigają się w obietnicach. Ukazani kandydaci dla politycznego sukcesu są w stanie posunąć się bardzo daleko. Zdaniem autorki tekstu – twórcy serialu chcieli zaprezentować, jak ważni, jedynie w okresie kampanii wyborczej, stają się dla polityków przedstawiciele społeczeństwa oraz ich problemy.

Ostatni z przeanalizowanych odcinków nosi tytuł „Kalibaba” i zaprezentowano w nim nietypowe wybory, ponieważ Andrzej Kozłowski kandydował na „głowę osiedla”. Odcinek rozpoczyna się od sparodiowania

przesłuchania Donalda Tuska przed komisją śledczą (*Donald...*, 2023). Przed tym organem w serialu staje Kozłowski, a jego przesłuchanie próbują w telewizji obejrzyć Kiepscy. Zepsuty telewizor uniemożliwia małżeństwu ten zamiar. Nad ranem w mieszkaniu rodziny pojawia się Kozłowski, który przebrany za Świętego Mikołaja z powodu „miłości do ludzkości” wręcza parze nowy odbiornik. Sprzęt jest wyjątkowy, ponieważ steruje się nim za pomocą myśli.

Szybko okazuje się, że nowe telewizory otrzymali od Kozłowskiego wszyscy mieszkańcy osiedla. Działania polityka nie podobają się rodzinie Paździochów, której przedstawiciele określają je słowami „rozdawnictwo”, „maskarada” oraz „polityczna hucpa”. Sąsiedzi tłumaczą również Ferdkowi, jakie są prawdopodobne motywy działań Kozłowskiego. Stwierdzają: „Chodzi o wybory. Kozłowski jak kalibabka, czaruje elektorat. Uśmiechy, umizgi, czułe słówka [...] przytulasy, wygibasy [...] a rano [...] baba budzi się goła, ale niewesoła”. Być może twórcy poprzez wspomniane słowa chcieli nawiązać do postaci Jerzego Kalibabki.

W kolejnych scenach okazuje się również, że w pustostanie (jedno z mieszkań w kamienicy) swój punkt obserwacyjny umieścił prezes Kozłowski, który wraz z żoną oraz Edkiem (fachowcem od kosmicznych technologii), podgląda i podsłuchuje sąsiadów. Gdy dowiaduje się, że wyborcom nie podobają się jego działania, to zirytowany mówi, że „telewizory to wzięli, a teraz, to prezesa w dupie mają”. Żona mężczyzny przypomina mu jednak, że prezenty, które wręcza wyborcom, „kupił nie za swoje, ale za ich”. Zdenerwowanego polityka uspokaja też Edek, który wyjaśnia, że: „Nie ważne, co ludzie mówią. Ważne, co ludzie myślą, a ja wiem, co ludzie myślą i wiem, co ludzie zrobią”. Dodaje także, że: „Ludzie uwierzą we wszystko. Pod warunkiem, że zobaczą, to w telewizji. A o tym, co widzą w telewizji, decyduję ja. I o tym, czy im się podoba, decyduję ja”.

W dniu wyborów rodzina Kiepskich zajada się ciepłymi lodami, które otrzymała od prezesa Kozłowskiego oraz postanawia, że nie będzie brała udziału w wyborach. Bohaterowie serialu uznają, że nie dadzą się przekupić, życie społeczne ich nie interesuje, a zamiast głosować, wolą oglądać telewizję. Ostatecznie okazuje się, że za pomocą дарowanych telewizorów, Edek przesyła im specjalny sygnał. Ten powoduje, że sąsiedzi udają się na wybory i głosują na Kozłowskiego. Później, nie pamiętając, że wychodzili z domu, znów zasiadają przed telewizorem i dowiadują się, że kandydat wygrał wybory ze 100% poparciem. Kozłowski sukces fetuje w telewizji, do której wjeżdża w koronie i na białym koniu. Wydarzenia

zaprezentowane w odcinku podsumowuje Halina Kiepska, która mówi: „Nikt nie chciał kalibabe i znowu wybrali kalibabe. Jak było na początku, teraz i zawsze”.

Twórcy omawianego epizodu poruszyli kilka istotnych wątków. Po pierwsze, znów nawiązano do motywu politycznego rozdawnictwa i próby przekupienia wyborców. Po drugie, ukazali oni, jak w nieetyczny sposób prezes pozyskał głosy wyborcze. Ponieważ sygnał, który wpłynął na działania mieszkańców kamienicy, został wysłany za pomocą telewizorów, w ocenie autorki tekstu, twórcy serialu chcieli pokazać, jak dużą siłę oddziaływania mają media. Na wiarę w moc przekazu telewizyjnego wskazują także słowa Edka, który zaznaczał, że ludzie uwierzą we wszystko, co zobaczą w mediach.

Wybrane do analizy odcinki porównano w poniższej tabeli. Epizody zestawiono ze sobą pod kątem tego, kiedy zostały one wyemitowane, kto i na jaki urząd kandydował oraz czy kandydujący osiągnął wyborczy sukces.

Tabela 1

Porównanie analizowanych odcinków serialu

Tytuł odcinka	Data emisji	Typ wyborów	Kandydat	Wynik wyborów
„Kiepski prezydent”	20 września 2000	Wybory prezydenckie	Ferdynand Kiepski	Porażka wyborcza
„Biały miś”	19.11.2004	Wybory parlamentarne	Ferdynand Kiepski i jego partia	Sukces wyborczy
„Radny”	18.04.2007	Wybory samorządowe	Marian Paździoch	Sukces wyborczy
„Więcej taniej lepiej weselej”	04.05.2011	Wybory parlamentarne	Andrzej Kozłowski	Porażka wyborcza
„Bliżej człowieka”	06.05.2015	Wybory samorządowe	Andrzej Kozłowski	Nieznany
			Stanisław Kurczy-noga	Nieznany
„Kalibaba”	15.05.2019	Wybory „na głowę osiedla”	Andrzej Kozłowski	Sukces wyborczy

Źródło: Opracowanie własne.

Wnioski i podsumowanie

Analiza sześciu odcinków serialu „Świat według Kiepskich”, których motywem przewodnim była kampania wyborcza, umożliwiła udzielenie odpowiedzi na postawione w pierwszej części tekstu pytania badawcze. Po

pierwsze, ustalono, że w wybranych do analizy epizodach, bohaterowie serialu startowali zarówno w wyborach samorządowych, jak i ogólnopolskich. W dwóch przypadkach osiągnęli oni sukces. Ten odnieśli Marian Paździoch oraz Andrzej Kozłowski w odcinku „Kalibaba”. Po drugie, stwierdzić należy, że kandydujący bohaterowie serialu nie zaprezentowali merytorycznych postulatów ani realnych programów wyborczych. Bazowali oni na prostych hasłach oraz licznych obietnicach. W wyborach startowali z egoistycznych pobudek, a ich programy były populistyczne.

Metody prowadzenia kampanii, które zaprezentowano w analizowanych odcinkach, bazowały na prostym przekazie oraz rozrywce (tj. taniec i śpiew). Ponadto, niekiedy kandydaci postępowali nieetycznie, a nawet łamali prawo. Paździoch rozsypywał śmieci, by oszukać mieszkańców kamienicy, a Kozłowski manipulował ich umysłami. Ponieważ to właśnie oni odnieśli sukces, twórcy tych epizodów ukazali, że manipulacja i oszustwo, których dopuścili się politycy, okazały się dla nich drogą do wygranej.

W ocenie autorki w omówionych odcinkach zaprezentowano również, czego od polityków oczekują przeciętni wyborcy, których reprezentacją w serialu są mieszkańcy kamienicy. Jak już wspomniano – prezydent w ich ocenie ma dobrze wyglądać, być opalony, znać język angielski i posiadać dobre manieri. Większości bohaterów podobały się również radykalne metody prezentowane przez Mariana Paździocha oraz entuzjastycznie zareagowali oni na spot Kozłowskiego, a do parlamentu wybrali tancerzy polityka. Szczególnie wymowna była również scena, w której Boczek „sprzedał swój głos” za kawałek kiełbasy.

Dodatkowo, zauważyć należy, że twórcy serialu „Świat według Kiepskich” w analizowanych odcinkach fabułę budowali tak, by nie tylko bawiła ona swoją prostotą, ale również skłaniała do refleksji i posiadała tzw. „drugie dno”. W odcinku „Biały miś” wydarzenia zaprezentowane w epizodzie w przewrotny, ale i skłaniający do przemyśleń sposób podsumowała babka Kiepska. Twórcy inspirowali się również rzeczywistością polityczną – nawiązywali np. do wypowiedzi Lecha Wałęsy lub Józefa Cyrankiewicza, a także określania „IV RP”. Inspiracje scenarzystów zauważyć mogą jednak tylko ci spośród widzów, którzy posiadają odpowiednią wiedzę polityczną. W ocenie autorki powoduje to, że omawiany serial (co podkreślał także Wiesław Godzic) dedykowany jest różnym grupom odbiorców, a przez to również określić można go mianem swobodnego „fenomenu”.

Odwołując się do wskazanych w części teoretycznej tekstu ram narracyjnych wyznaczonych przez Liesbet van Zoonen stwierdzić należy,

że w analizowanych epizodach dominowała rama „poszukiwania”. Ta występuje, gdy bohaterowie walczą o sukces wyborczy. We wszystkich omawianych epizodach wystąpiła również rama „opery mydlanej” – wydarzenia polityczne ukazywano przez pryzmat losów tytułowej rodziny i jej sąsiadów. Ponadto w odcinkach „Kalibaba” i „Radny” wystąpiła również rama „spisku”.

Podsumowaniem powyższego tekstu oraz przeprowadzonej analizy mogą być słowa Marzeny Kipiel-Sztuki, które aktorka wypowiedziała w materiale z okazji 15-lecia istnienia produkcji. Mówiła wtedy: „My jesteśmy takim zjawiskiem constans od 15 lat. Rządy się zmieniają, opcje polityczne się zmieniają, [...] ale jest to samo łóżko, trochę się zmienia pościel, jest ta sama Halina [...], Ferdek w tych samych dresach. My się nie zmieniamy, ewoluujemy tak jak społeczeństwo” (*Jesteśmy zjawiskiem...*). Również i kampanie wyborcze, które bohaterowie serialu prowadzili na przestrzeni lat, były swoistym zjawiskiem „constans”. Stały był brak merytorycznego programu wyborczego kandydatów, ich egoistyczne pobudki, a ewoluowały (i to nieznacznie) jedynie metody prowadzenia kampanii wyborczych.

Bibliografia

- Baran S. J., Davis D. K. (2007), *Teorie komunikowania masowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Brzeziecki A., *Skąd się wziął plan „Żydzi na Madagaskar”?*, 18.11.2020, <https://www.newswiek.pl/historia/historia-skadsie-wzial-plan-zydzi-na-madagaskar/8p9I8m8>, 20.05.2023.
- CBOS (2000), *Przed wyborami prezydenckimi – szanse wyborcze kandydatów, alternatywy wyborcze, elektoraty negatywne, hipotetyczna druga tura wyborów*.
- Czołgi przeciwko robotnikom wołającym o chleb. Rocznica tragicznych wydarzeń z 1956 roku*, 29.06.2022, <https://polskieradio24.pl/39/156/artukul/2332690,czolgi-przeciwko-robotnikom-wolejacy-m-o-chleb-rocznicatragicznych-wydarzen-z-1956-roku>, 20.05.2023.
- Donald Tusk przed komisją do spraw Amber Gold*, 5.11.2018, <https://tvn24.pl/polska/przesluchanie-donalda-tuska-przed-komisja-do-spraw-amber-gold-ra881239-2384946>, 15.05.2023.
- Godzic W. (2004), *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, UNIVERSITAS, Kraków.
- Hasło: populizm* (2023), <https://sjp.pwn.pl/sjp/populizm;2505164>, 15.05.2023.
- Jesteśmy zjawiskiem constans*, <https://freedisc.pl/embed/video/2658775?match=1>, 15.05.2023.

- Jarecki M. (2022), *Czas się pożegnać. Premiera ostatniego sezonu „Świata według Kiepskich” to dla Polaków ważna chwila*, <https://rozrywka.spidersweb.pl/swiat-wedlug-kiepskich-ostatni-sezon-koniec-fenomen-kiedy-premiera>, 14.10.2023.
- Kowalski M. (2000), *Wybory prezydenckie 2000*, https://rcin.org.pl/igipz/Content/208643/WA51_242289_PANB5061-r2018_Wybory-prezydenckie-2000.pdf, 18.05.2023.
- McQuail D. (2007), *Teoria Komunikowania Masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Na czym polega fenomen serialu „Świat według Kiepskich”?*, 13.03.2019, <https://www.polsat.pl/news/2019-03-13/na-czym-polega-fenomen-serialu-swiat-wedlug-kiepskich/>, 14.10.2023.
- Piontek D. (2011), *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyzacja informacji o polityce*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM, Poznań.
- Piontek D. (2013), *Obraz polityki i polityków w polskich serialach telewizyjnych. Na przykładzie „Rancza” i „Ekipy”*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, nr 1.
- Pokorna-Ignatowicz K. (2012), *O prorodzinnej misji TVP uwag kilka, czyli telenowełe a kapitał społeczny*, w: *Medialny obraz rodziny i płci*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków.
- Postawili na bezpieczne slogany*, 25.05.2010, <https://www.rp.pl/wydarzenia/art7187051-postawili-na-bezpieczne-slogany>, 15.05.2023.
- Schulz W. (2006), *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Warner B. R., Hawthorne H. J., Hawthorne J. (2015), *A Dual-Processing Approach to the Effects of Viewing Political Comedy*, „Humor”, nr 28(4).
- Zybliekiewicz L. A., *Nie chcę, ale muszę. Słowa Lecha Wałęsy przeszły do historii. Tylko czy ktokolwiek mu uwierzył?*, 3.01.2018, <https://twojahistoria.pl/2018/01/03/nie-chce-ale-musze-slowa-lecha-walesy-przeszly-do-historii-tylko-czy-ktokolwiek-mu-uwierzyl/>, 20.05.2023.

“We are such a constant phenomenon” – an analysis of the image of election campaigns in the TV series “Świat według Kiepskich”

Summary

The series “Świat według Kiepskich” accompanied Polish viewers for more than 20 years. The creators of the popular sitcom took up various themes, including political ones. Therefore, the author of the text decided to check what was the image of election campaigns presented in the indicated series. For this purpose, selected

episodes of the production were analyzed. It was checked – who took part in which elections, whether the candidates were successful, as well as what methods they used. The result of the analysis was also to identify in which narrative framework – according to those proposed by Liesbet van Zoonen – the image of politics in the analyzed episodes of the series can be inscribed.

Key words: politicotainment, TV series, „Świat według Kiepskich”, electoral campaign, Liesbet van Zoonen

Informacja o autorce

Aleksandra Konieczna [alekon3@amu.edu.pl] – absolwentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz politologii, obecnie doktorantka w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych UAM. Członkini Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół kultury popularnej – jej przekazów oraz odbiorców, zjawiska medialnego zaangażowania, sposobów ramowania polityki w kulturze, a także zjawiska seksualizacji w mediach.

