

Wojciech MAGUŚ

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Prezydenckie prawyборы w Platformie Obywatelskiej jako przykład politycznego show

Angielskie znaczenie słowa show oznacza widowisko artystyczno-rozrywkowe o charakterze rewiowym¹. Czym zatem jest polityczne show? Na potrzeby tekstu założyłem, że polityczne show jest to wydarzenie polityczne przyciągające uwagę mediów. Posiada cechy wydarzenia medialnego zdefiniowanego przez Daniela Dayana i Elihu Katza². Zaryzykować można stwierdzenie, że polityczne show posiada także cechy pseudowydarzenia politycznego, którego pojęcie do nauki o komunikowaniu wprowadził Daniel Boorstin³. Polityczne show, z racji efektów, jakie generuje, uznać można także jako swoistego rodzaju produkt PR-owski. Biorąc pod uwagę ustalenia wspomnianych badaczy, dokonując ich kompilacji, można zaproponować katalog cech politycznego show. Jest to więc wydarzenie zaplanowane (niespontaniczne), przygotowane na użytek mediów (spełnia kryteria atrakcyjności wyznaczone przez środki masowego przekazu), nie ma cech regularności (przez co jest pożądane przez media), odbywa się „na żywo”, czyli jest relacjonowane w czasie rzeczywistym, a media (głównie telewizja) nie powinny być organizatorem ani kreatorem.

Wydaje się, że za dobry przykład politycznego show można uznać prezydenckie prawyборы w Platformie Obywatelskiej, które odbyły się w lutym i marcu 2010 r. W artykule postaram się pokazać w jaki sposób

¹ <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo.php?id=3974663>, 1.05.2011 r.

² Dayan i Katz definiują wydarzenia medialne jako wydarzenie o szczególnym znaczeniu dla danej społeczności, które jest transmitowane na żywo i ma za zadanie integrować widzów wokół jakiegoś zjawiska. Zob.: D. Dayan, E. Katz, *Wydarzenia medialne*, Warszawa 2008.

³ Pseudowydarzenie jako podstawowy efekt kreowania rzeczywistości przez specjalistów zdaniem Boorstina jest wydarzeniem zaplanowanym, przygotowanym na użytek mediów, wywołującym kolejne pseudowydarzenia. Zob.: D. J. Boorstin, *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York 1961 za: W. Jabłoński, *Kreowanie informacji. Media relations*, Warszawa 2007, s. 75–77.

prawybory, w których rywalizowali Bronisław Komorowski i Radosław Sikorski, stały się obiektem swoistego medialnego show. Pokażę także w jaki sposób Platforma Obywatelska zdominowała agendę medialną w czasie trwania prawyborów. Ponadto spróbuję odpowiedzieć na pytanie dlaczego wewnątrzpartyjna elekcja cieszyła się dużym zainteresowaniem dziennikarzy.

Uwarunkowania decyzji Donalda Tuska o niekandydowaniu

Decyzja D. Tuska o niekandydowaniu w wyborach prezydenckich spowodowała, że największa partia parlamentarna stanęła przed trudnym wyborem, kto będzie w stanie zmierzyć się z Lechem Kaczyńskim i wziąć odwet za porażkę z 2005 roku. Okoliczności ogłoszenia decyzji były dokładnie zaplanowane. Najlepszą okazją była zapowiedź planu konsolidacji finansów publicznych przedstawiona w gmachu Giełdy Papierów Wartościowych. Rezygnując ze startu w wyborach premier stał na tle mapy Europy, gdzie dominowała czerwień, którą oznaczono kraje w recesji. W centrum wyraźnie odznaczała się Polska, którą oznaczono na zielono, podkreślając wzrost gospodarczy na poziomie 1,7 procenta⁴. Sposób, w jaki D. Tusk wypowiadał się o prezydenturze pokazują, że na przestrzeni lat zmieniło się jego nastawienie do najwyższego urzędu w państwie. Wydaje się, że Tusk zrozumiał że realna władza w Polsce znajduje się w kompetencjach premiera. Aby nie narazić się na oskarżenia o tchórzostwo związane z rezygnacją z kandydowania, Tusk przedstawił się jako najefektywniejszy premier Europy, który uchronił kraj przed recesją. Sam tłumaczył tę decyzję potrzebą „skuteczności i siły, by przeprowadzić do końca ambitne dla Polski plany, a nie żeby zamieszkać w Pałacu Prezydenckim, nawet jeśli tak bardzo cenimy prestiż tego urzędu”⁵. Późniejsze, dalsze deprecjonowanie urzędu prezydenta określeniami „prestiż, zaszczyt, żyrandol, pałac i weto”⁶, to najprawdopodobniej

⁴ D. Kołakowska, *Tusk ma plan dla rządu, ale też dla Platformy*, „Rzeczpospolita” z dnia 29 stycznia 2010, s. 6.

⁵ Ibidem.

⁶ W ten sposób Tusk określił prezydenturę podczas rozmowy z dziennikarzami tuż po ogłoszeniu decyzji. Zob.: R. Grochal, J. Kurski, Ł. Lipiński, *Tracę zaszczyt, żyrandol, Pałac i weto*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 30–31 stycznia 2010, s. 14–16.

także próba postawienia siebie w korzystniejszej pozycji po ogłoszeniu decyzji.

Decyzja premiera o niekandydowaniu była zaskoczeniem dla wielu obserwatorów życia politycznego, a także szeregowych członków jego macierzystej partii⁷. Można zaryzykować stwierdzenie, że opinia publiczna została zdominowana spekulacjami na temat potencjalnych kandydatów PO oraz rozważaniami na temat powodów takiej, a nie innej decyzji premiera⁸. Rezygnacja Tuska wywołała szereg komentarzy, od pochlebnych po krytyczne. Paweł Śpiewak stwierdził, że Tusk podejmując decyzję o rezygnacji ze startu pokazał, że woli efektywną i skuteczną władzę, dzięki której będzie mógł zrealizować założone przez siebie projekty. Jedną z przesłanek decyzji premiera miała być także chęć kontroli nad sytuacją wewnętrzną w partii⁹. Podobnie tę decyzję interpretowała Eliza Olczyk, która uważała, że na rezygnację Tuska wpływ miała chęć zachowania realnej władzy oraz obawy przed rozpadem partii¹⁰. Jadwiga Staniszkis decyzję Tuska oceniła jako niezrozumiałą. Jednocześnie uważała, że w jego rezygnacji było drugie dno. Jej zdaniem premier zrezygnował, ponieważ bał się walki, był zmęczony i wypalony¹¹. Z kolei Waldemar Kuczyński nie widział drugiego dna w rezygnacji Tuska i wierzył jego argumentom. Publicysta uważał, że plan polityczny Tuska zakładał wygranie przez PO trzech wyborów, przy czym ocenił go jako plan „ambitny, ładny, dobry dla kraju”, ale ryzykowny dla Tuska¹². Z kolei w opinii Leszka Millera decyzja Tuska miała ogromne znaczenie i była zwycięska, jeśli chodzi o zasób posiadanej władzy, jednak bardzo utrudniła kandydowanie kolejnemu politykowi PO. Były

⁷ T. Nieśpiał, *W PO o planie szefa usłyszeli z telewizora*, „Rzeczpospolita” z dnia 30–31 stycznia 2010, s. 4.

⁸ Zob. sondaże oceniające decyzję premiera: J. Stróżyk, *Polacy: premier dobrze zrobił*, „Rzeczpospolita” z dnia 29 stycznia 2010, s. 7.; por.: pap, *Dobrze, że premier zrezygnował*, „Rzeczpospolita” z dnia 12 lutego 2010, s. 5.

⁹ M. Młocka, *Tusk obudził potwora – swoją partię*, „Rzeczpospolita” z dnia 15 lutego 2010, s. 12.

¹⁰ E. Olczyk, *Wielki ryzyko czy wielka ucieczka*, „Rzeczpospolita” z dnia 29 stycznia 2010, s. 7.

¹¹ M. Subotić, *Drugie dno słów Tuska*, „Rzeczpospolita” z dnia 4 lutego 2010, s. 6.

¹² W. Kuczyński, *Polska jest w dobrych rękach*, „Rzeczpospolita” z dnia 2 lutego 2010, s. 12.

premier uważał, że głównym motywem Tuska nie była sytuacja w Polsce, ale sytuacja w partii¹³.

Zdecydowanie pozytywne opinie pojawiły się chociażby w komentarzach publicystów „Gazety Wyborczej”, którzy w samych superlatywach wypowiadali się o decyzji Tuska. Jarosław Kurski stwierdził, że decyzja ta budzi szacunek, bo premier na pewno wzięłby „triumfalny rewanż” na L. Kaczyńskim: „Nie było w ostatnim dwudziestoleciu polityka, który z własnej woli zrezygnowałby z pewnej prezydentury. Nie było polityka, który odrzucałby osobiste zaszczyty i atrybuty władzy w imię posiadania władzy realnej”¹⁴. Z kolei Witold Gadomski stwierdził, że premier „nie po raz pierwszy pokazał, że jest politykiem odważnym, który podejmuje decyzje nie bacząc na jazgot bieżących komentarzy”¹⁵. W podobnym tonie były także komentarze Pawła Wrońskiego, Ewy Milewicz oraz Rafała Kalukina, który dosadnie stwierdził, że Tusk mu imponował¹⁶. Zaznaczyć należy, że przywołane komentarze zostały ostro skrytykowane przez dziennikarzy „Rzeczpospolitej”, co niewątpliwie unaocznia antagonizmy między tymi dziennikami¹⁷.

Wspomnieć należy także, że pojawiły się komentarze zdecydowanie krytycznie oceniające decyzję premiera. Paweł Lisiecki określił ją jako ucieczka i tłumaczył strachem oraz chęcią „przykrycia” afery hazardowej: „PO już kilka razy pokazała, że doskonale rozumie medialne mechanizmy, że potrafi przykrywać niewygodne dla siebie informacje”¹⁸. Z kolei Piotr Semka uważał, że D. Tusk, próbując zdeprecjonować urząd

¹³ M. Subotić, *Dąsy Tuska nie zdadzą się na nic*, „Rzeczpospolita” z dnia 8 lutego 2010, s. 6.

¹⁴ J. Kurski, *Tusk patrzy dalej niż inni*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 29 stycznia 2010, s. 1.

¹⁵ W. Gadomski, *Tusk gra o wyższą stawkę*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 29 stycznia 2010, s. 21.

¹⁶ P. Wroński, *Tusk naprawdę chce być kanclerzem*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 29 stycznia 2010, s. 21; E. Milewicz, *Tusk musi przetrzepać Platformę*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 29 stycznia 2010, s. 21; R. Kalukin, *Tusk reformatorem nie będzie*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 29 stycznia 2010, s. 21.

¹⁷ Zob.: R. Ziemkiewicz, *Cyncynatus*, „Rzeczpospolita” z dnia 1 lutego 2010, s. 2; M. Magierowski, *Trener II klasy popiera premiera*, „Rzeczpospolita” z dnia 29 stycznia 2010, s. 2; I. Janke, *Kategoria: dziennikarstwo dworskie*, „Rzeczpospolita” z dnia 3 lutego 2010, s. 14; R. Ziemkiewicz, *Dworacy w obłądzie*, „Rzeczpospolita” z dnia 16 lutego 2010, s. 15.

¹⁸ P. Lisiecki, *Donald Tusk między ucieczką a unikaniem*, „Rzeczpospolita” z dnia 29 stycznia 2010, s. 2.

prezydenta, odreagowuje uraz z porażki wyborczej w 2005 roku oraz przygotowuje się do wprowadzenia w Polsce systemu kanclerskiego. Jednocześnie zdaniem dziennikarza decyzja ta, mogła być próbą ochrony partii przed sporem personalnym oraz odwróceniem uwagi od afery hazardowej. Semka porównywał ruch premiera bardziej do decyzji lisa niż lwa¹⁹.

Dodać należy także, że decyzja premiera wywołała liczne komentarze konkurentów politycznych. Jarosław Kaczyński oceniając ją stwierdził, że była ona spowodowana wynikami pogłębionych badań, nieporównywanie wiarygodniejszymi niż te ogólnodostępne. Zdaniem prezesa PiS badania te nie dawały żadnej pewności sukcesu wyborczego kandydatury PO²⁰. Inni politycy głównej partii opozycyjnej z dystansem podeszli do decyzji Tuska. Mariusz Błaszczak, rzecznik klubu PiS jednoznacznie stwierdził, że lider PO wycofał się z obawy przed porażką²¹. Joachim Brudziński uważał, że rezygnacja ze startu Tuska nie jest przesądzona, ponieważ nie wskazał on swojego następcy, a ogłoszenie decyzji miało na celu odwrócenie tylko uwagi mediów od prac komisji hazardowej. Z kolei Wojciech Jasiński stwierdził, że jeżeli rzeczywiście Tusk nie wystartuje, to z innym kandydatem będzie PiS trudniej prowadzić kampanię. Takich obaw nie miał Marek Migalski, który zaznaczył, że PiS w wyborach będzie podkreślał, że nowy kandydat PO to kandydat z przypadku, „który startuje tylko dlatego, że naturalny kandydat tej partii się poddał”. Podobną opinię przedstawił Ryszard Czarnecki, który stwierdził: „Będziemy wskazywać, że Lech Kaczyński to stabilny kandydat, taka «spokojna siła», natomiast kandydat PO to «randka w ciemno», że świadczy on o braku wiary PO we własne siły”²².

Zdaniem Krzysztofa Kowalczyka o rezygnacji Tuska zdecydowały trzy przesłanki: chęć utrzymania realnej władzy w państwie, lęk przed utratą pozycji w partii oraz obawa przed drugą porażką wyborczą²³. Wydaje się, że dwa pierwsze czynniki były decydujące. Biorąc pod uwagę

¹⁹ P. Semka, *Wybór lisa, nie lwa*, „Rzeczpospolita” z dnia 1 lutego 2010, s. 12–13.

²⁰ <http://kampanianazywo.pl/relacja/tusk-nie-kandyduje-przez-tajemnicze-badania>, 1.03.2010 r.

²¹ W. Wybranowski, *Tusk tłumaczy swoją rezygnację*, „Rzeczpospolita” z dnia 1 lutego 2010, s. 7.

²² W. Wybranowski, *PiS gotowe na zmianę*, „Rzeczpospolita” z dnia 29 stycznia 2010, s. 6.

²³ K. Kowalczyk, *Uwarunkowania, strategia i taktyka kampanii Bronisława Komorowskiego w wyborach prezydenckich 2010 r. w Polsce*, „Studia Politologiczne” 2011, vol. 19, s. 207.

sondazowe poparcie dla Tuska na przestrzeni lat argument związany z obawą przed porażką wydają się najmniej zasadny, jednak nie można go całkowicie odrzucać.

Decyzja o przeprowadzeniu prawyborów

Na długo przed ogłoszeniem rezygnacji premiera ze startu w wyborach, zastanawiano się kto mógłby osiągnąć korzystny wynik. Jesienią 2009 władze Platformy zleciły sondaż, w którym badano poparcie dla R. Sikorskiego, B. Komorowskiego i H. Gronkiewicz-Waltz. Sprawdzano jak wypadliby na tle głównych konkurentów: prezydenta L. Kaczyńskiego, A. Olechowskiego, J. Szmajdzińskiego (SLD) i kandydata PSL (bez nazwiska). W badaniu tym szef MSZ uzyskał prawie takie samo poparcie jak Tusk. Wygrałby w drugiej turze, a w pierwszej osiągnąłby wynik bliski 30 procent. W dalszej kolejności znalazł się marszałek Sejmu, a na końcu prezydent Warszawy. Oboje w sondażu wygrywali w drugiej turze, jednak niewielką przewagą²⁴. Z kolei z sondażu przeprowadzonego dzień po decyzji Tuska wynikało, że najlepszymi kandydatami PO na urząd prezydenta byłiby: W. Cimoszewicz 20%, B. Komorowski 18%, J. Buzek 16%, R. Sikorski 15%, H. Gronkiewicz-Waltz 6%, L. Balcero-wicz 6%, L. Wałęsa 4%, J. Palikot 3%²⁵.

Biorąc pod uwagę pojawiające się licznie sondaże oraz wypowiedzi członków PO, zaryzykować można stwierdzenie, że Sikorski cieszył się większym poparciem ogółu wyborców, jednak w partii silniejszą pozycję miał Komorowski²⁶. Spowodowało to, że władze partii oraz w szczególności lider formacji D. Tusk musiał rozważyć wszystkie argumenty za i przeciw przeprowadzenia wewnątrzpartyjnej elekcji lub ewentualnego wyznaczenia konkretnego kandydata.

²⁴ R. Grochal, *Kto, jeśli nie Tusk*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 8 stycznia 2010, s. 3.

²⁵ Zob.: E. Olczyk, D. Kołakowska, *Tusk rezygnuje z walki o urząd prezydenta*, „Rzeczpospolita” z dnia 29 stycznia 2010, s. 1.

²⁶ Sikorski miał małe poparcie wśród członków zarządu partii, tylko 2 z 14 (J. Gowin i S. Nitras) widziało w nim kandydata Platformy. Komorowskiego popierali m.in.: H. Gronkiewicz-Waltz, W. Dzikowski, G. Schetyna, S. Nowak i U. Augustyn. W. Dzikowski swój wybór argumentował tym, że Komorowski jest przewidywalny i jest w PO dłużej niż Sikorski. D. Tusk do końca prawyborów nie chciał zdradzić swoich preferencji i szanse kandydatów oceniał po równo: „Mają różne zalety i różne atuty. To jest z mojego punktu widzenia 50 na 50”. Zob.: W. Szacki, *Doły mówią: Komorowski, góra czeka*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 8 lutego 2010, s. 4.

Sposób w jaki PO miała wybrać kandydata w początkowym okresie budził kontrowersje. Janusz Palikot jako jeden z pierwszych publicznie zaproponował formułę prawyborów, które miałyby wyłonić kandydata partii. Jego zdaniem prawyborzy byłyby „okazją do wewnątrzpartyjnej debaty i przedstawienia oferty programowej, w wyniku której mogą się wyłonić nowi liderzy PO”²⁷. Przychylny prawyborom zwanym początkową preelekcją był D. Tusk, jednak negatywne zdanie mieli członkowie zarządu PO w tym Grzegorz Schetyna, który przekonywał, że było za mało czasu na organizację tego przedsięwzięcia. Jego zdaniem kandydata partii powinien zarekomendować zarząd partii, a następnie zatwierdzić majowa konwencja PO²⁸.

11 lutego podczas wizyty w Brukseli D. Tusk opowiedział się za wyłonieniem kandydata partii w preelekcji wśród jej członków: „Będę przekonywał Platformę, żeby zrezygnowała z takiej rutyny, że decyzja zapada w gabinecie. Marzy mi się taka pierwsza prawdziwa preelekcja w Polsce. To znaczy, żeby na przykład wszyscy uczestnicy PO mogli o tym zdecydować w bezpośrednim głosowaniu”. Premier dodał przy tym, że ucieszy go ewentualny wybór Komorowskiego, jak i Sikorskiego²⁹. Początkowo okazją do preelekcji miały być wybory liderów PO w regionach zaplanowane na kwiecień. Jednak mimo deklaracji Tuska wiceprzewodniczący partii T. Tomczykiewicz, twierdził że jest za późno na organizację quasi-prawyborów i to zarząd powinien podjąć decyzję. Inne zdanie miał J. Gowin, który optował by wyboru dokonali wszyscy działacze PO za pomocą Internetu³⁰.

Oficjalnie decyzję o tym, że kandydata Platformy członkowie partii wybiorą w prawyborach ogłoszono 16 lutego, podczas posiedzeniu Zarządu Krajowego PO w Kancelarii Premiera. D. Tusk przekonywał, że poziom zaufania społecznego oraz pozycja w partii Komorowskiego i Sikorskiego upoważniła Zarząd do zaproponowania członkom wyboru pomiędzy tymi dwoma politykami³¹.

²⁷ T. Niećspiał, *Odejście silnego przywódcy stworzyłoby w partii pustkę*, „Rzeczpospolita” z dnia 29 stycznia 2010, s. 7.

²⁸ groh, *Komorowski? Prawyborzy?*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 2 lutego 2010, s. 3.

²⁹ pap, *Tusk za preelekcją*, „Rzeczpospolita” z dnia 12 lutego 2010, s. 5.

³⁰ D. Kołakowska, *Czy preelekcja wewnętrznie osłabi Platformę*, „Rzeczpospolita” z dnia 13 lutego 2010, s. 3.

³¹ D. Kołakowska, *Kandydat z prawyborów*, „Rzeczpospolita” z dnia 17 lutego 2010, s. 6.

Debata i ogłoszenie wyników

Ważnym elementem prawyborów była debata pomiędzy kandydatami, która odbyła się w niedzielę 21 marca w bibliotece Uniwersytetu Warszawskiego. Do debaty dążył głównie Sikorski, który mając gorsze notowania w pojawiających się sondażach, chciał w ten sposób zniwelować straty do Komorowskiego. Wydaje się, że to właśnie prawyborcza debata była jednym z dwóch głównych elementów politycznego show, jaki widzowie mieli okazję obserwować w lutym i marcu 2010 roku.

W trakcie debaty akredytowanych było ponad stu dziennikarzy, jednak mimo pojawiających się krytycznych komentarzy moderatorami zostali S. Nowak i J. Mucha. Było to ryzykowne posunięcie, ponieważ posłanka i poseł wyglądali sztucznie, byli zestresowani, przez co zdarzało im się popełniać wpadki, które wywołały krytyczne uwagi internautów³². Interesujące jest, że część komentarzy po debacie skupiała się nie na merytorycznym przesłaniu rozmowy kandydatów, ale na wątkach pobocznych, takich jak wygląd prowadzących³³. Zaryzykować można stwierdzenie, że kandydaci nie wypadli lepiej niż moderatorzy. Krytycznie należy ocenić sposób, w jaki wypowiadali się, a w szczególności to, że czytali z kartki nawet podsumowanie debaty, co świadczyć może o niewystarczającym przygotowaniu się kandydatów.

Wspomnieć należy, że wydarzenie to zostało starannie zaplanowane. 19 marca na konferencji prasowej S. Nowak i J. Mucha wylosowali kolejność zabierania głosu przez kandydatów. Konkurenci w prawyborach przedstawiani byli jako rywale posiadający swoich sekundantów. J. Gowin wspierał R. Sikorskiego, zaś B. Komorowskiego reprezentował A. Halicki. Na uwagę zasługują fakt, że debata została zrealizowana przez zewnętrzną agencję medialną wynajętą przez Platformę Obywatelską. Firma ta przygotowała sygnał telewizyjny, który następnie udośćpeźniła mediom. Kulisy debaty wydają się być interesujące. Każdy jej element był wyreżyserowany, od powitania przez moderatorów, do kończącego uścisku dłoni. W trakcie przygotowań kandydatów zastępowali dublerzy, zaś prowadzący ćwiczyli tekst przesuwający się po promp-

³² <http://www.tvn24.pl/12690,1648843,0,1,pozorna-debate-wygraly-nogi-muchy,wiadomosc.html>, 1.04.2010 r.

³³ Przywołać można chociażby komentarz: „Zwycięzcą debaty są bezapelacyjnie nogi posłanki Muchy. One najbardziej skupiały moją uwagę i tej wersji będę się trzymał”. Zob.: *ibidem*.

rze. W tym kontekście nie mogą zaskakiwać słowa pośła Nowaka, który kilka godzin przed debatą stwierdził, że „kandydaci powinni już być na wstępnym treningu”. Biorąc powyższe nie dziwią słowa Tomasza Sianeckiego w „Faktach” określające kandydatów jako „aktorów pozwalających sobie na pewną improwizację”³⁴.

Mimo, że debata była przez część widzów określana negatywnymi epitetami przytoczonymi powyżej, należy ją ocenić jako sukces PR-owski i zwrócić uwagę na oddźwięk medialny, jaki wywołała. Wydarzenie to było transmitowane przez wszystkie telewizyjne stacje informacyjne. Można ją było obserwować także w Internecie. W sumie 1,2 miliona widzów obejrzało to widowisko, co stanowiło blisko 11 procent tych, którzy mieli w tym czasie włączony telewizor. Według danych AGB Nielsen debatę w TVP Info oglądało 592 tys. widzów, w TVN24 564 tys., w Polsat News 48 tys., zaś w Superstacji 17 tys.³⁵ Biorąc pod uwagę liczbę widzów debaty zgodzić się można z dziennikarzem Tomaszem Machałą, który ocenił ją „w kategorii show porażka, w kategorii politycznej promocji mistrzostwo”³⁶.

Biorąc pod uwagę oddźwięk medialny debaty przywołać należy raport przygotowany przez instytut PRESS-SERVICE Monitoring Mediów. Analitycy zbadali doniesienia prasy, radia, telewizji oraz serwisów internetowych w dniach 17–26 marca 2010 r. W tym okresie ukazało się prawie 1400 materiałów informujących o debacie prawyborczej – 63% w Internecie, 18% w prasie, 14% w telewizji, a 5% w radiu. Debata prawyborcza była atrakcyjna dla stacji telewizyjnych, które przez trzy dni (niedziela, poniedziałek, wtorek) wyemitowały aż 169 materiałów informujących o tym wydarzeniu. Zdaniem analityków instytutu był to niespotykany dotychczas wynik. Dzień po debacie, we wszystkich mediach ukazało się o niej blisko 400 doniesień. Same gazety w poniedziałek i we wtorek opublikowały niemal 140 tekstów. Wiele z nich znalazło się na czołówkach. Łącznie, w całym monitorowanym okresie, 21 publikacji trafiło na pierwsze strony, a 59 na drugie³⁷. Na szczególną uwagę zasługuje ekwiwalent reklamowy publikacji medialnych, który oszacowano na dużo powyżej 20 mln złotych, z czego ponad 12,5 mln pochodziło

³⁴ Fakty TVN z dnia 22 marca 2010 r.

³⁵ <http://kampanianazywo.pl/relacja/ogladalnosc-debatay-platformy/>, 1.04.2010 r.

³⁶ Ibidem.

³⁷ <http://www.press-service.com.pl/pl/firma/pressroom/informacje-prasowe/art56.html>, 1.04.2010 r.

z wyceny emisji programów telewizyjnych, a ponad 5,5 mln z publikacji prasowych³⁸. Biorąc pod uwagę powyższe dane oraz to, że część debaty, chociażby słowa S. Nowaka zachęcające do wstępowania do partii były faktyczną promocją PO, a nie tylko samych kandydatów, to nakłady poniesione przez partię na organizację całych prawyborów rzędu 500 tysięcy złotych³⁹ wydają się być małe.

Zaznaczyć należy, że obaj kandydaci skutecznie podtrzymywali zainteresowanie mediów m.in. apelując w świetle reflektorów do konkurenta, by ten nie głosował na siebie. Zadowolonia z zainteresowania mediów nie krył rzecznik rządu Paweł Graś, zaś inny polityk z otoczenia premiera cieszył się, że udało się odsunąć w cień kandydatów innych partii⁴⁰. W opinii dziennikarzy „Rzeczpospolitej” kandydaci w prawyborach „królowali” we wszystkich serwisach informacyjnych⁴¹. Zainteresowanie mediów prawyborami zirytowało polityków opozycji. Grażyna Gęsicka, szefowa klubu PiS, wystosowała list do Państwowej Komisji Wyborczej, w którym napisała, że wystąpienia Sikorskiego i Komorowskiego w prawyborach mogą mieć charakter wyborczy: „występowali jako oficjalni kandydaci w wyborach prezydenckich, przedstawiali swoje poglądy polityczne pod kątem zbliżających się wyborów prezydenckich, dokonywali też oceny obecnej prezydentury w tonie, jaki zwykle się stosuje w kampaniach wyborczych”⁴². W odpowiedzi Franciszek Rymarż – przewodniczący PKW – stwierdził, że w ocenie tej instytucji partyjne spotkania kandydatów w ramach prawyborów nie są elementem kampanii wyborczej oraz mogą być finansowane przez PO⁴³. Politycy SLD także nie kryli niezadowolonia z obecności w mediach polityków Platformy. Zapowiedzieli złożenie wniosku do KRRiT, skarżąc się, że

³⁸ Ibidem.

³⁹ Debata w bibliotece uniwersyteckiej kosztowała kilkanaście tysięcy złotych, zaś na fetę z okazji ogłoszenia wyników partia miała wydać 150 tysięcy złotych. Zob.: I. Kacprzak, *Prawyborzy bez limitu*, „Rzeczpospolita” z dnia 18 marca 2010, s. 4.

⁴⁰ K. Manys, *Prawyborzy rozpalają PO*, „Rzeczpospolita” z dnia 15 marca 2010, s. 5.

⁴¹ D. Kołakowska, *Wyborcy PO wolą marszałka*, „Rzeczpospolita” z dnia 16 marca 2010, s. 3.

⁴² Gęsicka pisze do PKW ws. Komorowskiego i Sikorskiego, <http://www.pis.org.pl/article.php?id=16959>, 1.05.2011 r.

⁴³ pap, *PKW: prawyborzy to nie kampania*, „Rzeczpospolita” z dnia 17 marca 2010, s. 6.

„wymyślając prawyборы, Platforma zdominowała serwisy informacyjne w telewizji publicznej”. Zdaniem polityków lewicy 80 procent treści informacji i publicystyki w okresie prawyborów dotyczyło PO⁴⁴.

Kolejnym elementem powodującym, że o prawyborach można mówić w kategoriach politycznego show było ogłoszenie wyników podczas Rady Krajowej Platformy Obywatelskiej, które odbyło się 27 marca w auli Politechniki Warszawskiej. Podobnie jak debata, ogłoszenie wyników było realizowane przez firmę zewnętrzną, która na zlecenie partii udostępniła sygnał telewizyjny i radiowy zainteresowanym mediom. Z zapowiedzi polityków partii rządzącej miało to być „dynamiczne show”. Gałę prowadził Jakub Rudnicki, który zastąpił J. Muchę w duecie z S. Nowakiem. Na samym początku zaprezentowano krótkie filmy o dwóch kandydatach (jeden znany z debaty prawyborczej prezentujący życiorysy polityków, drugi składający się z fragmentów ich spotkań w ramach prawyborów). Prezentację tych materiałów należy uznać jako doskonałe wykorzystanie darmowego czasu do promocji partii⁴⁵. Oficjalne wyniki, które z racji tworzenia większej dramaturgii znajdowały się w kopercie, przekazała H. Gronkiewicz-Waltz. Doszło jednak w tym momencie do małej „wpadki”. Zanim prezydent Warszawy odczytała nazwisko zwycięzcy prawyborów to już kilkanaście sekund wcześniej wyniki pojawiły się za jej plecami na dużym telebimie.

Interesująca w kontekście politycznego show wydaje się funkcja, jaką podczas gali pełnił S. Nowak. Poseł wystąpił w zupełnie nowej roli, wydawałoby się sprzecznej z rolą polityka. W przerwie między kolejnymi przemówieniami podawał informacje o wynikach ze specjalnego wirtualnego studia wyborczego. Wyglądało ono jakby zostało skopiowane ze studia TVN24. S. Nowak naśladował sposób mówienia prowadzących wieczory wyborcze oraz inne programy tej stacji. T. Machała ironicznie skomentował zachowanie polityka mówiąc, że „zawód dziennikarza telewizyjnego jest przez niego zagrożony”⁴⁶. Nowak idąc za przykładem

⁴⁴ D. Kołakowska, *Wyborcy PO wolą marszałka*, „Rzeczpospolita” z dnia 16 marca 2010, s. 3.

⁴⁵ Tomasz Machała celnie to skomentował mówiąc: „teraz Platforma wyświetla reklamówki a wszyscy pokazują to pewnie na żywo. Musieliby zapłacić setki milionów złotych za cały ten czas reklamowy”. Zob.: <http://kampanianazywo.pl/relacja/gala-prawyborcza-platformy-na-zywo/>, 1.04.2010 r.

⁴⁶ Dziennikarz Polsatu zdradził także, że oprawę gali PO przygotowała TVN News & Services Agency: „Platforma wynajęła wirtualne studio od TVN i Sławomir Nowak stał na Augustówce w budynku ITI. Całe łączenie/grafikę/prezentację

profesjonalnych prezenterów usiłował komentować to, co działo się w auli Politechniki, np. „Jak widać, w auli panuje wspaniała atmosfera”. Naśladował też sposób zwracania się prowadzących w studiu do reporterów, np. „Kuba, masz głos”, czy chociażby: „Bardzo żałuję, że nie mogę być z Wami”. Sztuczność dialogów między prowadzącymi raziła, jednak w ogólnej ocenie nie przesłoniła sukcesu medialnego prawyborów.

Podsumowanie

Wydaje się być zasadnym stwierdzenie, że organizując prawyborzy Platforma Obywatelska przesłoniła scenę polityczną i skupiła na sobie uwagę mediów. Dzięki nim partii rządzącej udało się zastąpić niewygodne tematy (m.in. afera hazardowa) oraz narzucić agendę medialną. Podkreślić należy skuteczność tego przedsięwzięcia, która została osiągnięta głównie przez to, że prawyborzy nie miały dotychczas, przynajmniej w takiej skali, pierwowzoru w polskim systemie politycznym. Można zaryzykować stwierdzenie, że jeżeli coś w polityce jest robione po raz pierwszy, to na pewno wzbudzi zainteresowanie mediów. Platforma Obywatelska pokazała także, że w wyniku profesjonalizacji komunikacji, mimo zdarzających się błędów, udało jej się, przynajmniej w pewnym stopniu, dotrzeć do wyborców ponad mediami. Przykładem jest debata Komorowski–Sikorski, podczas której media zostały instrumentalnie wykorzystane jako „pas transmisyjny” służący do przesłania „wyprodukowanych” w całości przez partię treści.

Biorąc pod uwagę skuteczność prawyborów należy także wskazać na wymierny efekt, jakim było wypromowanie kandydata partii, co niewątpliwie pomogło B. Komorowskiemu po 10 kwietnia, podczas kampanii w cieniu zdarzeń nadzwyczajnych. Wydaje się, że gdyby nie udział ówczesnego marszałka Sejmu w prawyborach, jego szanse w przedterminowej elekcji były by mniejsze.

**Presidential primaries in Civic Platform (PO)
as an example of a political spectacle**

Summary

The presidential primaries in Civic Platform in 2010 were an unprecedented event in Polish politics. They were carefully planned and skillfully carried out. The clash between Sikorski and Komorowski was attractive to the mass media, due to the increasing personalization of politics. The primaries were also attractive because this undertaking was unusual. It should also be stressed that the party that organized them demonstrated that, as a result of the professionalization of communication, it was able to reach voters over the heads of the media, at least to some extent. This is exemplified by the debate between Komorowski and Sikorski, where the media were instrumentally used as a 'conveyor belt' to transmit content that was entirely 'produced' by the party.

