

WYBORY WYGRA TEN, KTO LEPIEJ WCZUŁ SIĘ W NASZE POTRZEBY

KTO WART PAŁACA?

W niedzielę wyborcy oddają głos na prezydenta. To nie do końca prawda. Tak naprawdę oddamy głos na swoje wyobrażenie o nim.

Wrażenia żyją poza faktami - są ostatnią rzeczą, jaką pamiętamy o okoliczności, o wydarzeniu, o osobie. Sekret sukcesu w kontaktach międzyludzkich - a do takich należy też kampania prezydencka - ukryty jest w pewnym kodzie. Jest to niezwykle skomplikowany kod. Nikt go nie widział. Nikt go nie spisał. Jednakże wszyscy go rozumiemy.

Dwie twarze

Twarz Lecha Kaczyńskiego jest „twardsza” od Donalda Tuska. Dlatego ludzie tego drugiego uważają za miłszego, a pierwszego - za bardziej zdecydowanego.

Kaczyński ma opinię raptusa, człowieka, który potrafi zachowywać się impulsywnie. Nie przeprosi osoby, która poczuła się obrażona, nawet jeśli taki będzie wyrok sądu. Jak zapewnia - szybciej zrezygnuje z udziału w polityce.

Donald Tusk to sympatyczny chłopak z bosa, który długo bronił się przed noszeniem telefonu komórkowego, bo - jak tłumaczył - kiedy telefon dzwonił, zawsze ktoś coś od niego chciał. Lider Platformy Obywatelskiej sprawia wrażenie polityka nieco zakłopotanego rolą, w jakiej przyszło mu występować. Kaczyński przedstawia Tuska jako liberała bez żadnych osiągnięć. Siebie pokazuje jako apolitycznego propaństwowca walczącego z korupcją i przestępczością.

Dwa konkrety

Wybory prezydenckie wygra kandydat, który lepiej wczuł się w potrzeby wyborców i wygodniej dla siebie ustawił kontekst politycznej debaty. Lech Kaczyński ustawia linię podziału wokół tematu: Polska solidarna albo liberalna. Donald Tusk kontrastuje hasłem: Polska wolnorynkowa albo socjalistyczna.

Kaczyński mówi o chorym państwie. Tusk wprowadza do dyskursu rywalizującą tezę: „Naród jest zdrowy. To władza jest chora.”

Tusk odwołuje się do podstawowej potrzeby każdego człowieka - potrzeby bezpieczeństwa. Ale o jakim bezpieczeństwie mówi? Socjalnym? Osobistym? Militarnym? Może to lepiej, że go nie definiuje, bo każdy może dodać do tego hasła, co chce.

Kaczyński ma mocne hasło: „IV Rzeczpospolita”. Slogan bardzo pojemny i zostawiający wyborcom dużo przestrzeni do wypełnienia go własnymi pomysłami. Takie hasło zapowiada duże zmiany. Pachnie rewolucją.

Tusk działa bardziej zachowawczo. Jak zapewnia, dzięki niemu „Będziemy dumni z Polski”. Ten slogan zapowiada ewolucję pachnącą kontynuacją stylu rządzenia ustępującego prezydenta.

Kaczyński mówi: „Silny prezydent - Uczciwa Polska”. Tusk dla odmiany: „Uczciwy prezydent - Silna Polska”. To strategia pasywna.

Żeby wygrać, trzeba mieć inicjatywę i własne pomysły. Ale wbrew własnemu hasłu Tusk potrafi być aktywny. Jego szybki wyjazd na Białoruś z poparciem dla nękanej mniejszości polskiej dał mu dużo punktów.

Lech Kaczyński zwraca się do w miarę jasnej grupy odbiorców, ludzi raczej w starszym i średnim wieku, o jasnych poglądach na poprzedni system.

Donald Tusk zwraca się do grupy mniej zdefiniowanej (akcent na przyszłość), odwołującej się do ideałów „Solidarności”, bardziej przedsiębiorczej, mniej liczącej na pomoc państwa. Co jest dobre - zawężenie i jasność czy rozszerzenie z narażeniem na rozmycie?

Jeden i drugi kandydat powinien popracować nad zachowaniem swojego zaplecza, bo to teraz ono może być najbardziej obciążające. W mojej opinii - bardziej powinien popracować Donald Tusk, bo chwilami ma się wrażenie, że on swoje, jego ludzie swoje. Bronisław Komorowski jako zły policjant w negocjacjach przy tworzeniu rządu raczej szkodzi niż pomaga.

Donald Tusk nie powinien tak dużo uzależniać w swojej kampanii od tego, że Prawo i Sprawiedliwość wygrało wybory, więc teraz coś musi dostać się Platformie (bo wcale nie musi), i tego, że jest dwóch braci Kaczyńskich.

Straszenie wyborców, że w Polsce nie może rządzić dwóch braci, jest demagogią i zachęca wyborców do wyboru negatywnego, to znaczy przeciwko Lechowi Kaczyńskiemu. To może dać wygraną, ale zemści się w czasie sprawowania urzędu, bo wtedy wyborcy będą żądać programu i działania pozytywnego.

Dwa style

Na świecie są dwie kategorie polityków. Ci, którzy instynktownie umieją „opakować” nawet najbardziej abstrakcyjną myśl w zręczny zwrot lub dowcipne powiedzenie, i ci, którzy nie znają pojęcia bon mot.

Kiedy słucham naszych prezydenckich kandydatów, mam wrażenie, że nie tylko oni, ale wszyscy członkowie ich sztabów wyborczych to wyłącznie racjonalni, zimno myślący logicy. A gdzie odrobina fantazji? Gdzie poczucie humoru? Gdzie dystans do siebie? Jak można lubić kandydata, który zapomina o uśmiechu?

Humor to skuteczna broń w politycznych utarczkach.

Obydwa kandydaci powinni poprawić sposób informowania o ważnych sprawach - Kaczyński zwykle jest dość spity i nagle na koniec się uśmiecha, Tusk odwrotnie - uśmiecha się na początku, a potem przybiera marsową minę, by potem znowu się uśmiechnąć. Ich mimika nie wzmacnia treści słów.

Zdecydowanie jeden i drugi powinien poprawić melodię wypowiedzi. Obydwa kandydaci za wolno odpowiadają na pytania dziennikarzy. Tak, wiem, że każdą odpowiedź trzeba przeżyć. Ale reguły komunikacji są bezlitosne. Im dłużej obmyślasz, co powiedzieć, tym większe podejrzenie, że nie mówisz tego, co naprawdę myślisz.

Obydwa kandydaci mają zły nawyk spuszczenia wzroku, przechylania głowy na bok (to oznaka niepewności lub zakłopotania). Donald Tusk w dodatku ma manierę rozpoczynania zdań od zwrotów „nie chciałbym być posądzony / nie chciałbym robić wrażenia / nie chciałbym, żeby to zabrzmiało...”. Czasami kandydat PO sprawia wrażenie osoby, która nie chce czegoś zrobić, a mimo to robi. Tak nie zachowuje się człowiek stanowczy i zdecydowany.

Po pierwsze i po drugie - perswazja

Czas kampanii wyborczej to nie czas informowania wyborców, co kandydat chce zrobić, ale przekonywania do tego. Sama informacja to za mało. Trzeba jeszcze umieć przekonać.

Obydwa kandydaci niestety nie są mistrzami publicznych oracji. Nie wygłaszają porywających mów. Nie mają dobrej dykcji, donośnego głosu i jego urzekającej barwy. Nie umieją czarować uśmiechem.

Obecne nie satysfakcjonujące notowania Donalda Tuska i Lecha Kaczyńskiego wynikają m.in. z niedoceniań podstawowych zasad komunikacji perswazyjnej.

Na koniec mam dla wyborców dwie wiadomości - złą i dobrą. W najbliższą niedzielę - i najprawdopodobniej także w drugiej turze, 23 października - będziemy głosować nie na prezydenta RP, ale na nasze wyobrażenie o nim. Będziemy głosować na postać wykreowaną przez sztab wyborczy i media. To zła wiadomość. A dobra? Wiemy o tym już teraz.

Bogusław FELISZEK

Bogusław FELISZEK, 47 lat, konsultant marketingu politycznego, absolwent anglistyki, dziennikarstwa i public relations, stypendysta Serwisu Światowego BBC, członek Międzynarodowego Stowarzyszenia Konsultantów Public Relations (IPRA); w 2001 roku szef sztabu wyborczego PiS w województwie opolskim.



FOT. JAKUB OSTALOWSKI/FOTOREFERA



FOT. ADAM JAGIELAK/FOTOREFERA