

Jakub Żurawski

Uniwersytet Jagielloński

Sytuacje kryzysowe, konfliktowe, zagrożenia bezpieczeństwa oraz komunikowanie o nich jako determinanty wizerunku politycznego

1. Zagrożenia a wizerunek polityczny

Kwestie bezpieczeństwa¹ stanowią istotny element wpływający na postrzeganie aktorów sceny politycznej. Oczywiście obywatele mają niejednokrotnie bezpośrednią styczność z zagrożeniem, jego skutkami i działaniami władz – w końcu to o niebezpieczeństwa dotyczące obywateli chodzi, ale w szerszej perspektywie to jednak komunikowanie, informowanie, opisywanie takich sytuacji i roli w nich podmiotów politycznych współtworzy polityczne wizerunki. O zagrożeniach, klęskach, konfliktach, wreszcie o polityce dowiadujemy się w większości przypadków z mediów. To środki przekazu i tworzone przez nie obrazy zagrożeń i obrazy działań polityków w obliczu zagrożeń *de facto* są, między innymi, czynnikami wpływającymi na powstawanie naszych wyobrażeń o politykach. Niejednokrotnie zatem pomiędzy osobami rywalizującymi o poparcie obywateli toczy się również walka o narzucenie mediom własnego obrazu wydarzeń, aby – o ile to możliwe – przyjęły go za prawdziwy i posługiwały się nim w swoich relacjach². W ten sposób media stają się areną walki o narzucenie własnej narracji i interpretacji wydarzeń, korzystnej z perspektywy kształtowania wizerunku jednostki bądź ugrupowania.

¹ Pojęcie zagrożeń bezpieczeństwa (rzeczywistych i potencjalnych) rozumiem szeroko, bez różnicowania na rodzaj niebezpieczeństwa: konflikty różnego rodzaju, kryzysy, wojny, katastrofy, przestępczość, zagrożenia ekonomiczne itp.

² A. Bojn, P. t Hart, A. McConnell, *Crisis Exploitation: Political and Policy Impacts of Framing Contests*, „Journal of European Public Policy” 2009, nr 16, s. 81.

Celem niniejszej części opracowania jest omówienie problemu wpływu zagrożeń bezpieczeństwa na kształtowanie publicznego postrzegania polityków w kontekście podstawowego źródła informacji o działalności decydentów w obliczu niebezpieczeństw, czyli relacji medialnych. W wyniku przeprowadzonej obserwacji i analizy wydarzeń angażujących liderów politycznych w kwestie rozwiązywania sytuacji groźnych dla bezpieczeństwa obywateli – jak również na podstawie zebranej literatury poświęconej zagadnieniom roli polityków w sytuacjach kryzysowych, wpływowi mediów na procesy decyzyjne, zagrożeniom jako zbiorom zmiennych umożliwiającym ocenę skuteczności polityków oraz strategiom komunikowania politycznego – zaproponowana zostanie typologia dwóch rodzajów zagrożeń będących czynnikami kształtującymi wizerunek polityczny. Pozwoli to na ujęcie problemu badawczego w usystematyzowanych ramach i klarowne zaprezentowanie tezy zawartej w tytule rozdziału.

Podjęmowane przez polityków „działania w obliczu zagrożeń” mają wpływ oczywiście nie tylko na to, jak ich postrzegamy (głównie tych sprawujących w danym momencie władzę)³. Przede wszystkim chodzi o zarządzanie sytuacjami kryzysowymi, w tym o zarządzanie informacjami w kryzysie i komunikacyjne minimalizowanie skutków, także potencjalnych, zagrożeń (uspokajanie, wykazywanie przygotowania do działań, wykazywane troski itp.), tak by realnie zapewnić czy przywrócić stan bezpieczeństwa. F. Glenn Abney i Larry B. Hill, badając znaczenie huraganu Betsy w 1965 roku dla wyników wyborów burmistrza Nowego Orleanu, uznali, że „katastrofy naturalne tworzą kryzysy polityczne, które stanowią test dla władzy – czy poradzi sobie ona z obciążeniem, czy też upadnie, tworząc miejsce dla nowego reżimu”⁴. Katastrofy mogą stać się „wydarzeniami politycznymi”, gdyż wpływają na polityczne zachowania elit i obywateli oraz polityczne skutki, na przykład związane ze zmianami poparcia dla partii (oprócz innych, chociażby materialnych). Niemniej jednak nie tylko działania, lecz i komunikowanie w kryzysie i o kryzysie (a więc w pewnym stopniu zachowania symboliczne) to czynniki odgrywające nieraz zasadniczą, choć przecież nie wyłączną, rolę w naszym postrzeganiu i ocenie działalności polityków.

Zagrożenia, katastrofy, konflikty wymuszają podejmowanie określonych decyzji i działań przez rządzących (na różnych szczeblach w zależności od rodzaju i rozmiaru zagrożenia⁵). Tym samym są one bezpośrednimi determinan-

³ *Ibidem*, s. 82.

⁴ F.G. Abney, L.B. Hill, *Natural Disasters as a Political Variable: The Effect of a Hurricane on an Urban Election*, „The American Political Science Review” 1966, nr 60 (4), s. 980.

⁵ W Polsce procedury i szczeble decyzyjne odnośnie określonych zagrożeń ustalono w Krajowym Planie Zarządzania Kryzysowego, przyjętym przez rząd w 2012 r., oraz wojewódzkich, powiatowych i gminnych planach zarządzania kryzysowego, tworzonych na podstawie art. 5.

tami działań polityków⁶, a pośrednimi czynnikami wpływającymi na kształtowanie wizerunków osób publicznych. Zagrożenia i związane z nimi działania polityków są opisywane i pokazywane przez media, a więc dla odbiorców są relacją, doświadczeniem pośrednim, komunikatem o wydarzeniach, nie samym wydarzeniem, co powoduje postrzeganie polityków w określonym kontekście i w atmosferze wypełnionej emocjami, nieraz z licznymi poszkodowanymi i ofiarami.

Zagrożenia bezpieczeństwa mogą zatem być determinantami wizerunku w tym sensie, że stanowią niejako pryzmaty, przez które i na podstawie których publiczność mediów postrzega polityków.

Należy dodać, że aby zagrożenie bezpieczeństwa i podejmowane w związku z nim działania mogły się stać czynnikami wpływającymi na wizerunek decydentów politycznych u obywateli (nie tylko dotkniętych zagrożeniem, ale w ogóle), konieczne jest, aby relacje z wydarzenia i działań ukazywały się w mediach. W związku z naturalnym dla współczesnych, skomercjalizowanych środków przekazu dążeniem do atrakcyjności, a nawet spektakularności audycji, oznacza to, że liczy się skala wydarzenia oraz jego potencjał do przyciągania uwagi publiczności. Skala zagrożenia to przede wszystkim zasięg jego faktycznych lub potencjalnych skutków (jeżeli mówimy o wydarzeniu, które trwa), czyli na przykład: wielkość obszaru występowania niebezpieczeństwa, liczba ofiar i poszkodowanych czy wysokość strat materialnych. Możliwość przyciągania uwagi publiczności jest bezpośrednio związana ze skalą zagrożenia, ale również z jego „bliskością” (czy dotyka odbiorców mediów bezpośrednio), gwałtownością przebiegu (czy trwa, rozwija się czy też wydarzenie już się zakończyło, a politycy nie zajmują się samym niebezpieczeństwem, tylko jego skutkami), rodzajem (zagrożenie naturalne, terrorystyczne, wojenne, ekonomiczne, techniczne, dotyczące porządku publicznego itp.), potencjalnymi skutkami (kogo obejmą, koszty itp.). Wobec poruszających wydarzeń, które dodatkowo da się atrakcyjnie pokazać bądź przejmująco o nich opowiedzieć w mediach, trudno jest odbiorcom, ale i politykom⁷, pozostać obojętnymi i prócz przyciągania uwagi mogą stać się one również zdarzeniami-kłucami,

ustawy o zarządzaniu kryzysowym. Ustawa z dnia 26 kwietnia 2007 r. o zarządzaniu kryzysowym, Dz.U. 2007 Nr 89 poz. 590.

⁶ Także osób współdziałających w czasach zagrożeń, np. dowodzących służbami ratowniczymi; te osoby najczęściej jednak pozostają dla odbiorców mediów anonimowe.

⁷ Podobnie jest w przypadku zjawiska nazwanego „efektem CNN”, oznaczającego wpływ mediów na decyzje w polityce zagranicznej, w sytuacjach kiedy, upraszczając, możliwe jest emocjonalne wykorzystanie kryzysu, rozbudzenie uczuć i niedopuszczenie do obojętności publiczności i decydentów wobec relacjonowanych wydarzeń. Zob. E. Nowak, *Relacje mediów jako czynnik interweniujący w stosunkach międzynarodowych. Koncepcja CNN effect*, „Politeja” 2011, nr 1 (15).

kojarzonymi później z danym politykiem i z tym, jak sobie z zagrożeniem poradził.

W kontekście zagrożeń bezpieczeństwa zaobserwować można także, choć oczywiście nie jest to reguła, występowanie znanego na polu rywalizacji politycznej zjawiska zawłaszczania problemów. Polega ono na przekonywaniu obywateli (uczestników komunikacji politycznej), że dana sytuacja kryzysowa (typ kryzysu) może zostać skutecznie rozwiązana (stłumiona, jej skutki zostaną zminimalizowane albo w ogóle się nie wydarzy) jedynie przez daną partię czy polityka. Inaczej mówiąc, że wyłącznie określona osoba (lub grupa) może zapewnić ludziom bezpieczeństwo w przypadku konkretnego rodzaju zagrożenia, zarówno przy zapobieganiu mu, jak i radzeniu sobie z nim, jeżeli wystąpiło⁸. W takiej sytuacji działania polityków mają oczywiście wymiar przede wszystkim autopromocyjny, lecz zawłaszczanie problemu bezpieczeństwa może mieć zarówno realne podstawy (dana partia czy polityk rzeczywiście sprawdzili się w określonych warunkach i w toku walki, a na rynku politycznym korzystają po prostu ze swych osiągnięć), jak i może stanowić jedynie świadomą kreację wizerunku, opierającą się na wzbudzaniu obaw (mających bądź niemających podstaw) elektoratu.

W związku z tym wyróżnię i przedstawię dwa zasadnicze typy zagrożeń bezpieczeństwa, które (przy spełnieniu wymienionych warunków) wpływają na wizerunek polityków: retrospektywne i prospektywne. Kryterium wprowadzanej typologii jest czas występowania zdarzeń, to znaczy, czy obecnie występują lub wcześniej wystąpiły albo czy dopiero będą miały nastąpić, co oczywiście często nie jest przesądzone.

2. Zagrożenia retrospektywne

Pierwszy typ to zagrożenia retrospektywne. Oznacza to rzeczywiste sytuacje, które właśnie się dzieją lub wydarzyły się wcześniej; nie jest istotne, jakiego rodzaju jest to niebezpieczeństwo (naturalne, wojenne, ekonomiczne czy kryminalne). W ich wypadku media opisują realne (w sensie „dziejące się”) wydarzenia i ich skutki, a politycy zmuszeni są do podejmowania decyzji i działań, oprócz samego komunikowania o kryzysie (np. opowiadania, co zrobią w określonej sytuacji). A zatem przy okazji czy też w związku z postępowa-

⁸ N. Maliszewski, *Jak zaprogramować wyborcę?*, Centrum Doradztwa i Informacji „Difin”, Warszawa 2008, s. 206.

niem polityków w obliczu prawdziwego niebezpieczeństwa tworzy się również ich postrzeganie przez społeczeństwo⁹.

Oczywiście zagrożenia typu retrospektywnego prócz tego, że wymagają rzeczywistego zarządzania nimi, mogą być również wykorzystywane przez elity polityczne świadomie w celach promocji politycznej, aby niejako za pomocą tych wydarzeń pokazać się w roli skutecznych, godnych zaufania przywódców, co pomoże im w rywalizacji na scenie politycznej. Tego rodzaju metoda nie jest regułą, gdyż po pierwsze jest działaniem co najmniej zbliżającym się do manipulowania obywatelami (na przykład przez wykorzystywanie ograniczonej świadomości odbiorców co do rzeczywistych celów działań politycznych oraz przez *de facto* instrumentalne wykorzystywanie potrzeb, w tym wypadku potrzeby bezpieczeństwa, odbiorców¹⁰), a zatem działaniem nieetycznym i niegodziwym. A nie sądzę, aby słuszne było postrzeganie polityków jako grupy wyraźnie negatywnie odróżniającej się pod względem moralności od reszty społeczeństwa. Po drugie, ewentualne celowe budowanie wizerunku na gruncie zagrożeń (zamiast przeciwdziałania lub zapobiegania im) zostałyby dość szybko zauważone przez media, co z pewnością pozytywnie na postrzeganie polityka by nie wpłynęło.

2.1. Zagrożenia militarne, wewnętrzne (rewolucja) i zewnętrzne (wojna)

Istnieje wiele przykładów na to, że konflikt, katastrofa czy kryzys zdefiniowały postrzeganie osoby publicznej. Jej dokonania i prowadzona polityka filtrowane są przez pryzmat tego, jak dana osoba poradziła sobie z zagrożeniem jako przywódca. Sprawdzenie lub niesprawdzenie się lidera (czasem grupy: rządu) w obliczu niebezpieczeństwa bywa koronnym argumentem za utrzymaniem władzy (kampania rządzących) lub przeciw jej dalszemu sprawowaniu (kampania opozycji). Sprawy kryzysów i konfliktów militarnych odciskają nieraz wyraźne piętno na postrzeganiu przywódców, sprowadzając w ogóle odbiór ich osiągnięć niemal wyłącznie do aspektów związanych z bezpieczeństwem.

⁹ Oczywiście nigdy nie mamy do czynienia z takim samym postrzeganiem polityka przez wszystkie grupy w społeczeństwie. Wizerunek polityka, jako pewien złożony obraz tej osoby w umyśle odbiorcy, będzie np. inny u osób darzących go sympatią, inny u zwolenników jego konkurentów. Dlatego też mówiąc o wizerunku w społeczeństwie, dokonuję pewnego uproszczenia, i właściwie należałoby stwierdzić, że każdy polityk posiada tak naprawdę wiele wizerunków w zależności od tego, kto go postrzega.

¹⁰ M. Kolczyński, *Strategie komunikowania politycznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2008, s. 82–83.

Z pewnością najbardziej znanym współcześnie przywódcą, którego całe rządy oceniane są dziś „w kontekście wojennym” jest George W. Bush, 43. prezydent USA. Najistotniejszą dla powstania wizerunku Busha (nie oceniam w tym miejscu, czy to wizerunek przez niego pożądaný czy niepożądany, pozytywny czy negatywny) sytuacją były oczywiście zamachy z 11 września 2001 roku, a następnie ich konsekwencja w postaci ogłoszonej w październiku 2001 roku wojny z terroryzmem (*war on terror*, WoT). Ta militarno-polityczna doktryna stworzona i wprowadzana właśnie po atakach na Nowy Jork i Waszyngton w 2001 roku stała się pojęciem kluczowym, kojarzonym dziś powszechnie z G.W. Bushem¹¹, stanowiącym dziś pryzmat, przez który polityk ten jest postrzegany i przez który także historycy oceniać będą jego prezydenturę.

Polityka WoT wciąż jest realizowana (styczeń 2015), Barack Obama nie mógł jej po prostu porzucić. Na jego wizerunek ta prowadzona wciąż wojna nie ma już jednak takiego wpływu, nawet pomimo ewidentnych sukcesów, jak chociażby wytropienie i zastrzelenie przez żołnierzy USA Osamy bin Ladena w maju 2011 roku. Polityka wojenna nie stanowi wyróżnika następcy Busha, a jeśli chodzi o zagrożenia, to wizerunek Obamy czerpie więcej ze spraw wewnętrznych USA, jak choćby reforma systemu ubezpieczeń zdrowotnych. Wojna z terroryzmem to projekt Busha związany z niezwykle silnymi emocjami, które jednak wskutek upływu czasu słabną, obrazy wojny powszednieją, przyciągają mniejszą uwagę (w końcu wojna ta trwa już kilkanaście lat). Poza tym dziś wojna z terroryzmem nie jest też sprawą wyłącznie USA, a problemem wielu państw zachodnich, choć niekoniecznie oznacza to prowadzenie przez nie klasycznych działań wojennych, jest to bardziej zmaganie się z zagrożeniami o charakterze kryminalnym (zamachy, napady itp.).

Jennifer L. Merolla i Elizabeth J. Zechmeister przeprowadziły interesujące dla omawianej problematyki badania nad wizerunkiem (postrzeganiem i oceną) przywódców amerykańskich w zależności od trzech czynników. Były to kolejno:

- dominujący rodzaj zagrożenia (terroryzm lub kryzys gospodarczy),
- przynależność partyjna (Partia Republikańska lub Partia Demokratyczna),
- status polityka (urzędujący prezydent lub ubiegający się kontrkandydat)¹².

Zastanawiały się zatem nad kształtowaniem się ocen polityków w warunkach różnych zagrożeń, z którymi politycy się mierzą w zależności od

¹¹ Choć podobnych sformułowań używał już wcześniej Ronald Reagan.

¹² J.L. Merolla, E.J. Zechmeister, *Evaluating Political Leaders in Times of Terror and Economic Threat: The Conditioning Influence of Politician Partisanship*, „The Journal of Politics” 2013, nr 75 (3), s. 610.

ich przynależności partyjnej powiązanej z zawłaszczaniem problemów (*issue ownership*; o czym była już mowa). W trakcie badań zaobserwowano, że liderzy republikańscy sami pozycjonują się na scenie politycznej jako osoby bardziej kompetentne w sprawach związanych z zagrożeniami militarnymi niż ich demokratyczni konkurenci. Podobnie demokraci pozycjonują się jako sprawujący – lepiej od republikańców – „właściwe przywództwo w czasach turbulencji gospodarczych”¹³. Na podstawie zarówno eksperymentu (badano reakcje oraz oceny hipotetycznych kandydatów), jak i analizy danych dotyczących faktycznych przywódców (George’a W. Busha i Baracka Obamy, częściowo Ronalda Reagana, Billa Clintona, i George’a Busha seniora) badaczki stwierdziły, że urzędujący prezydent z Partii Republikańskiej jest zazwyczaj „uprzywilejowany” w czasach zagrożenia terroryzmem. Precyzyjniej mówiąc, takie warunki sprzyjają wyższym, bardziej pozytywnym ocenom prezydentów republikańskich i powstawaniu pożądanego wizerunku silnych, skutecznych liderów. Mierzący się w swoich czasach z podobnymi zagrożeniami prezydenci z Partii Demokratycznej oceniani byli (i są, bo dotyczy to także Obamy) gorzej. Co jednak należy wskazać, w ogóle kwestia zagrożenia terrorystycznego ma po prostu o wiele mniejsze znaczenie dla oceny ich polityki. W przypadku demokratów bowiem to kwestie gospodarcze są zdecydowanie istotniejsze dla recenzowania ich poczynań i kształtowania image’u¹⁴. W związku z tym w czasach zagrożeń ekonomicznych (na przykład podczas kryzysu finansowego) to demokrat jest „uprzywilejowany”, szczególnie jeżeli jest dopiero kandydatem ubiegającym się o urząd prezydenta (w takich warunkach jemu łatwiej niż Republikaninowi jest stworzyć swój pozytywny wizerunek).

Istnieją także badania wskazujące, że w czasach kryzysów związanych z zagrożeniem terroryzmem (którego celem jest przecież nadawanie rozgłosu i zaszczepianie strachu, czemu służyć ma szerokie nagłośnienie ataków w mediach) ludzie wykazują tendencje do przenoszenia swoich oczekiwań wobec przywódców – na rzeczywistych liderów. Badacze zaangażowani w weryfikację teorii opanowywania trwogi w drodze eksperymentu ustalili, że osoby „zaszczepione” do intensywnego myślenia o zamachach z 11 września 2001 roku postrzegały prezydenta Busha jako silniejszego przywódcę niż osoby z grupy kontrolnej. Inne badania wykazały, że duża intensywność informowania o zagrożeniu terroryzmem powodowała, iż badani dokonywali projekcji oczekiwanych cech na osobę George’a W. Busha, widząc go jako bardziej charyzmatycznego, niż był w rzeczywistości¹⁵.

¹³ *Ibidem.*

¹⁴ *Ibidem.*

¹⁵ J.L. Merolla, E.J. Zechmeister, *Terrorist Threat, Leadership, and the Vote: Evidence from Three Experiments*, „Political Behavior” 2009, nr 31 (4), s. 579.

Prezydentura Busha to najbardziej spektakularny przykład kształtowania się wizerunku lidera przez pryzmat zagrożeń i kryzysów militarnych. Są jednak oczywiście i inne przypadki przywódców, bądź kandydatów na przywódców, na których postrzeganie i ocenę wpłynęły kwestie komunikowania o bezpieczeństwie w aspekcie wojennym.

John F. Kennedy zmierzył się w 1962 roku w psychologiczno-komunikacyjnej walce z Nikitą Chruszczowem i ostatecznie kryzys kubański nie zakończył się wojną USA i ZSRR. Kryzys ten jednak, a przede wszystkim jego medialne oblicze w postaci relacji mediów oraz wystąpienia telewizyjnego Kennedy'ego, miał także ogromne znaczenie dla wizerunku amerykańskiego prezydenta. Udało się ukazać JFK jako silnego, zwycięskiego, odpowiedzialnego przywódcę, chociaż Chruszczow, decydując się na instalację wyrzutni rakiet na Kubie, zrobił to między innymi dlatego, że uważał Kennedy'ego za słabego przeciwnika, który nie potrafił podejmować trudnych decyzji. Radziecki przywódca nie był zresztą w swym sądzie osamotniony¹⁶. Do takiej oceny ówczesnego prezydenta USA skłaniały na przykład wydarzenia z 1961 roku: kryzys berliński i nieumiejętność sprzeciwienia się budowie muru oraz nieudana amerykańska inwazja w Zatoce Świń. Tymczasem współczesne, powszechne postrzeganie Kennedy'ego dokonywane jest właściwie przez pryzmat dwóch „zwycięskich” dla niego zdarzeń: właśnie kryzysu kubańskiego oraz telewizyjnej debaty z Richardem Nixonem z 1960 roku (to już typowo medialne wydarzenie). Całość spinana jest obrazami tragicznej śmierci Johna F. Kennedy'ego w Dallas w listopadzie 1963 roku. Kazus JFK pokazuje zatem, jak istotne dla wizerunku jest właściwe komunikowanie o kryzysach.

Inny amerykański prezydent, poprzednik Kennedy'ego na urzędzie, Dwight Eisenhower musiał z kolei zmierzyć się ze swym jednowymiarowym wizerunkiem, gdyż jako jeden ze zwycięskich generałów drugiej wojny światowej kojarzony był (w sensie kompetencji) wyłącznie ze „sprawami kryzysowymi”. Eisenhower, kandydat Partii Republikańskiej w wyborach 1952 roku, z pomocą agencji reklamowej BBD&O, przeprowadził kampanię, w której jego wizerunek określono wprost: bohater narodowy¹⁷. A bohater narodowy nie rodzi się przecież w czasach spokoju i powszechnego bezpieczeństwa. Oczywiście dla celów wyborczych operowanie wyłącznie tematami zagrożeń (w których zwalczaniu kandydat się sprawdził) to byłoby jednak trochę za mało, a więc na podstawie badań rynku politycznego ustalono, że wizerunek ów powinno

¹⁶ S.M. Stern, *Averting „The Final Failure”: John F. Kennedy and the Secret Cuban Missile Crisis*, Stanford University Press, Stanford 2003, s. 162.

¹⁷ M. Kolczyński, J. Sztumski, *Marketing polityczny*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice 2003, s. 95.

się uzupełnić w kampanii przez skupienie się także na kwestiach podatków, inflacji i korupcji¹⁸.

Wśród polskich prezydentów tym, którego wizerunek w największym stopniu modyfikowany był przez działania związane z zagrożeniami „okołowojeńnymi”, był Lech Kaczyński, nawet mimo tego, że to za kadencji Aleksandra Kwaśniewskiego wybuchła wojna z terroryzmem, której Polska stała się stroną. W czasie prezydentury Kaczyńskiego było kilka wydarzeń o kryzysowym charakterze, które wpłynęły na jego postrzeganie, chociaż te same sytuacje nieraz powodowały zupełnie odmienne oceny prezydenta: pozytywne u jego zwolenników i negatywne u krytyków. Większość sytuacji związana była z polityką prezydenta wobec Gruzji pozostającej najpierw w napiętych stosunkach, a następnie – w 2008 roku – w stanie wojny z Rosją (konflikt o Osetię Południową). Lech Kaczyński, aktywnie wspierając w tym sporze gruzińskiego przywódcę Micheila Saakaszwiliego, prowadził politykę organizowania międzynarodowego wsparcia dla Gruzji, kilkakrotnie też udawał się tam z wizytą. Nieraz z wizytami tymi związane były gorąco komentowane relacje o niebezpiecznych wydarzeniach, jak na przykład spięcia między kapitanem samolotu, który nie zgadzał się na lądowanie w Tbilisi (ze względów bezpieczeństwa) a prezydentem Kaczyńskim czy też sprawa niewyjaśnionego ostrzelania kolumny samochodów, którymi poruszali się przywódcy Polski i Gruzji. Należy podkreślić, że w przypadku Lecha Kaczyńskiego mieliśmy do czynienia głównie z zagrożeniami bezpieczeństwa samej głowy państwa (wraz z otoczeniem), a nie ogółu obywateli. Tego rodzaju wydarzenia stanowiły oczywistą pożywkę dla mediów, trudno jednak mówić o jednolitych ocenach, a zatem o jednolitym wizerunku, gdyż prezydent opisywany był z jednej strony jako silny, odważny lider nieobawiający się czynnego angażowania się także w spory międzynarodowe (nawet za cenę własnego bezpieczeństwa), a z drugiej – jako osoba nierozważna, niepotrzebnie wystawiająca się na zagrożenia i prowadząca politykę „wywijania szablą”. Oczywiście niezmiernie ważnym dla postrzegania Lecha Kaczyńskiego faktem (który jednak wcale jego wizerunku nie ujednolica) była katastrofa pod Smoleńskiem w 2010 roku, w której prezydent zginął. O zdarzeniu tym będzie jeszcze mowa.

Spośród przywódców innych państw także wizerunek Władimira Putina kształtowany jest „w ogniu wojen”, szczególnie w czasie jego trzeciej kadencji, od maja 2012 roku. Jego polityka ukraińska (wojna o Krym i wschodnie części Ukrainy toczona od 2014 roku), gruzińska (szczególnie wojna o Osetię Południową w 2008 roku, w czasie której Putin pełnił urząd premiera Federacji Rosyjskiej), czeczeńska (walka o odzyskanie kontroli nad Czeczenią, tzw.

¹⁸ J.C. Davies, *Charisma in the 1952 Campaign*, „The American Political Science Review” 1954, nr 48 (4), s. 1089.

II wojna czeczeńska, toczona w okresie kiedy W. Putin był „pełniącym obowiązki” prezydenta Rosji oraz na początku jego pierwszej kadencji prezydenckiej) – to w toku tych konfliktów wykuwał się wizerunek Putina, jakże jednak inny w Rosji, a inny w państwach zachodnich. Jednocześnie liderzy Unii Europejskiej (zarówno głowy państw, jak i przewodniczący Rady Europejskiej, wysoki przedstawiciel Unii do spraw zagranicznych i polityki bezpieczeństwa oraz Komisja Europejska) w kontekście stosunków Rosja–UE są postrzegani jako przywódcy słabi, niezdecydowani, niewyraźni, może nawet bojaźliwi. Z pewnością jest to związane z dużo bardziej skomplikowanym procesem podejmowania decyzji w łonie UE, który to mechanizm, jak i nierzadko rozbieżne interesy państw członkowskich, nie ułatwia szybkich rozstrzygnięć. Wydaje się także, nawiązując do omawianych badań amerykańskich, że podobnie jak w przypadku amerykańskiej Partii Demokratycznej, wizerunkowi przywódców unijnych bardziej służą sprawy ekonomiczne, a nie kryzysy polityczno-wojskowe.

Można podać wiele innych przykładów polityków, których postrzeganie i oceny (jakże nieraz różne) powiązane są jednoznacznie z kwestiami wojennymi. Będą to chociażby: Wojciech Jaruzelski (stan wojenny), Wiktor Janukowycz (wewnętrzna rewolta na Ukrainie i konflikt z separatystami), Slobodan Milošević (wojna na Bałkanach), Stefan Starzyński (jego dokonania w Warszawie w zasadzie przesłonięte są zupełnie udziałem w obronie stolicy w 1939 roku), Jerzy VI – głowa Zjednoczonego Królestwa Wielkiej Brytanii (jego działalność w okresie II wojny światowej, pozostanie w Londynie, aktywne wspieranie morale obywateli), nie wspominając nawet o tak wybitnych – wojennych właśnie – przywódcach, jak choćby Winston Churchill czy Józef Piłsudski (nie należy zapominać, że pod względem medialnym czasy działalności tych kilku wymienionych postaci są zupełnie nieporównywalne).

2.2. Zagrożenia losowe (naturalne, także wypadki)

Zagrożenia bezpieczeństwa wynikające z przyczyn losowych, w tym naturalnych, mogą także istotnie modyfikować wizerunek przywódcy. Oczywiście w dalszym ciągu chodzi przede wszystkim o to, czy lider sprawdził się w obliczu kryzysu, oraz o to, w jaki sposób on i jego otoczenie poradzi sobie z kryzysem, także w aspekcie komunikacyjnym. W kontekście katastrof naturalnych o wiele częściej (choć z pewnością nie jest to regułą) zdarzają się próby również instrumentalnego ich wykorzystania dla własnych promocyjnych celów. Przykładem tego jest chociażby zjawisko politycznej „turystyki katastrof”

(*disaster tourism*) wśród polityków¹⁹. O ile w miejscu katastrofy często oczekiwana jest obecność osób decyzyjnych (oprócz oczywiście służb ratowniczych itp.), o tyle nie zawsze chodzi o obecność władz każdego szczebla (od gminy do głowy państwa), a tym bardziej liderów ugrupowań politycznych. Nieuzasadnione tego rodzaju wizyty mogą skończyć się nie tylko negatywną oceną postępowania polityków dokonaną przez media, ale czasem mogą wręcz utrudniać prowadzenie działań ratunkowych czy minimalizujących skutki kryzysu przez zaburzenie procesu decyzyjnego czy zwiększoną obecność dziennikarzy i osób postronnych²⁰.

Niewątpliwie dla dużej grupy odbiorców kluczowy pryzmat, przez który można ocenić działalność Donalda Tuska (ale i lidera ówczesnej opozycji Jarosława Kaczyńskiego) stanowi katastrofa smoleńska w 2010 roku²¹. Wydarzenie to wpływało, i nadal wpływa, na postrzeganie wymienionych dwóch postaci, potem także przyszłej premier Ewy Kopacz (w czasie katastrofy była ministrem zdrowia) oraz na pośmiertną ocenę prezydentury Lecha Kaczyńskiego, wpisując się w cały wątek wschodni, o którym była już mowa. „Smoleńsk 2010” stał się bodźcem do konstruowania wizerunku publicznego także innych osób, na przykład Antoni Macierewicz postrzegany był niemal wyłącznie w tym kontekście, a Jarosław Kaczyński w kampanii prezydenckiej w 2010 roku próbował radykalnie zmienić swój wizerunek właśnie w związku z katastrofą (ostatecznie po kampanii działania te zostały zarzucone). Katastrofa ta ustanawia jednak kontekst wielorakich ocen, więcej niż tylko pojedynczych osób. Stanowi o postrzeganiu całej sceny politycznej, całych ugrupowań czy obozów politycznych. Z perspektywy komunikacyjnej istotne będą tu dwie grupy zachowań:

- działania i wypowiedzi polityków bezpośrednio po katastrofie i jednoznacznie z nią związane (zarządzanie sytuacją po katastrofie, bieżąca wówczas ocena sytuacji, relacje medialne),
- działania i wypowiedzi polityków służące wykorzystywaniu katastrofy przez oba główne obozy (ze wskazaniem na PiS) do budowania poparcia, mobilizowania zwolenników i negatywnego portretowania przeciwników (w zasadzie te zachowania obserwujemy nadal i niezmiennie stanowią one przedmiot zainteresowania mediów jako część politycznej rywalizacji).

Polscy politycy z problemem naturalnych katastrof i wypadków spotykają się dość często. Włodzimierz Cimoszewicz niezmiennie kojarzony jest (a media chętnie to przypominają) ze swoją wypowiedzią z 1997 roku, kiedy to na

¹⁹ P. Guła, J. Prońko, B. Wiśniewski, *Zarządzanie informacją w sytuacjach kryzysowych*, Wyższa Szkoła Administracji, Bielsko-Biała 2009, s. 34.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ Tutaj zajmuję się wyłącznie komunikacyjnym aspektem tej katastrofy.

pytanie o pomoc rządu dla powodzian odparł: „Trzeba się było ubezpieczyć”. Do dzisiaj sam był premier tłumaczy, że słowa te były wyrwane z kontekstu, bo pomocy nikomu nie odmawiał, pozwoliło to jednak na zaprezentowanie go „jako człowieka nieczułego, zimnego, takiego, którego nie obchodzi los tysięcy poszkodowanych ludzi”²². Po wypadku w kopalni Halemba w Rudzie Śląskiej w 2006 roku na miejsce katastrofy przybyli między innymi Lech Kaczyński, Jarosław Kaczyński, Zbigniew Religa, Jerzy Polaczek, Piotr Woźniak, Paweł Poncyliusz. Po katastrofie w kopalni Wujek w 2009 roku do Katowic przybyli Donald Tusk i Grzegorz Schetyna. W 2010 roku Donald Tusk odwiedził wiele miejsc na południu Polski, objętych skutkami osuwisk, a w 2012 roku udał się na miejsce katastrofy kolejowej pod Szczekocinami.

W 2005 roku huragan Katrina spustoszył Nowy Orlean. Prezydent George W. Bush obwiniany był wówczas o niewłaściwe, spóźnione działania po katastrofie, spadły też na niego jako szefa państwa główne, w tym formułowane w mediach, zarzuty o nieefektywność systemu zarządzania kryzysowego i nieład w samym rządzie²³. Sytuacji nie poprawiła niefortunna akcja PR z fotografiami Busha z troską obserwującego skutki katastrofy z okien prezydenckiego samolotu. Na zdjęciach w rzeczywistości dominował bowiem Bush, a nie obrazy tragedii mieszkańców Luizjany, więc intencja twórców tych fotografii była zupełnie jasna i dobitnie wskazywała, kto tu jest najważniejszy. Sytuacja ta jest powszechnie uważana za największą porażkę Busha w dziedzinie polityki wewnętrznej i radzenia sobie z katastrofami naturalnymi. Także za największą porażkę wizerunkową. Nie był on jedynym politykiem, którego wizerunek wówczas ucierpiał. Również ówczesny burmistrz Nowego Orleanu Ray Nagin zaczął być bardzo negatywnie oceniany i postrzegany.

W 2010 roku wyciek ropy doprowadził do wybuchu i pożaru na platformie wiertniczej Deepwater Horizon, powodując ostatecznie katastrofę ekologiczną w Zatoce Meksykańskiej. Podobnie jak Bush w 2005 roku, tak teraz prezydent Barack Obama był powszechnie krytykowany za zarządzanie kryzysem, głównie za zbyt agresywną retorykę względem koncernu BP (właściciela platformy) oraz za brak zdecydowanych działań, szczególnie po tym, jak coraz bardziej było widać, że BP nie radzi sobie z sytuacją. Po katastrofie Obama podjął działania informacyjne zmierzające przede wszystkim do wykazania, że Zatoka Meksykańska jest bezpieczna i że udało się zażegnać skutki katastrofy. Działania te miały jednak także wymiar promocyjny, gdyż chodziło o odbudowanie nadszarpniętego *image'u* prezydenta. Między innymi w tym celu Obama wybrał się na urlop nad Zatokę Meksykańską, gdzie żeglował. Do mediów trafiły

²² Cimoszewicz prostuje słynne słowa o powodzi, Onet, <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/cimoszewicz-prostuje-slyne-slowa-o-powodzi/4rhxc> [dostęp: 5.02.2014].

²³ A. Boin, P. 't Hart, A. McConnell, *Crisis Exploitation...*, s. 87.

także fotografie, na których Obama wraz z córką kąpie się w morzu (choć ze zdjęcia nie wynika, w którym...) ²⁴.

W świetle badań opinii publicznej w USA George W. Bush i Barack Obama to dwaj amerykańscy przywódcy oceniani jako najgorzej radzący sobie w obliczu katastrof. Na pytanie, który prezydent najsłabiej sprawdził się w zarządzaniu kryzysowym, 53 procent respondentów wskazało G.W. Busha, 33 procent Baracka Obamę, a – dla porównania – jedynie 8 procent Jimmy'ego Cartera, 5 procent Billa Clintona, 1 procent Ronalda Reagana ²⁵. Taka ocena była skutkiem obu wspomnianych wyżej katastrof (trudno nie radzić sobie z kryzysem, jeżeli taki nie występuje), ale też z pewnością wynikała z coraz lepiej (na początku XXI wieku) funkcjonujących mediów i coraz bardziej rozwiniętych narzędzi osobistej łączności elektronicznej. Rozwój ten oznacza intensywniejszą komunikację, więcej obrazów katastrof, większą sensacyjność relacji z wydarzeń przedstawianych w konkurujących mediach, co sprawia, że kataklizmy i ich skutki nie tylko są obserwowane w świecie realnym, ale może nawet bardziej dzieją się w świecie wirtualnym, medialnym, co nie może pozostać bez wpływu na ich postrzeganie oraz ocenę działalności decydentów.

Ostatnim przykładem na wizerunkowy wpływ katastrof jest przypadek byłego premiera Japonii Naoto Kana z Partii Demokratycznej. Po trzęsieniu ziemi, następnie tsunami i katastrofie w elektrowni jądrowej Fukushima w 2011 roku premier Kan dość szybko zaczął być krytykowany za niewłaściwe działania minimalizujące skutki awarii. Akceptacja dla niego i jego rządu zaczęła gwałtownie spadać. Kan publicznie zrzekł się nawet pobierania wynagrodzenia ²⁶ (co oczywiście było działaniem wizerunkowym), dopóki kryzys nie zostanie zażegnany, a ostatecznie po paru miesiącach ustąpił ze stanowiska. Po około roku rządów jego następcy Yoshihiko Noda Partia Demokratyczna przegrała wybory w grudniu 2012 roku i nowym premierem został (po raz drugi w karierze) Shinzō Abe z Partii Liberalno-Demokratycznej.

²⁴ S. Goldenberg, *BP Oil Spill: Barack Obama Dives into Safety Debate with Gulf of Mexico Swim*, „The Guardian”, <http://www.theguardian.com/environment/2010/aug/15/barack-obama-swim-gulf-florida> [dostęp: 5.02.2015]; C.E. Lee, *Obama Takes a Swim*, „Politico”, <http://www.politico.com/news/stories/0810/41073.html> [dostęp: 5.02.2015].

²⁵ P. Bedard, *Poll: Gulf Oil Spill Hurts Obama's Image*, U.S. New & World Report, <http://www.usnews.com/news/blogs/washington-whispers/2010/07/01/poll-gulf-oil-spill-hurts-obamas-image> [dostęp: 5.02.2015].

²⁶ *Japan's Prime Minister to Give up Salary*, CNN, <http://edition.cnn.com/2011/WORLD/asiapcf/05/10/japan.nuclear> [dostęp: 5.02.2015].

2.3. Codzienne zagrożenia bezpieczeństwa obywateli (przestępczość, ochrona zdrowia)

W wypadku takich zagrożeń liczy się nie tylko jednorazowe – choćby rozciągnięte w czasie – działanie polityka odnoszące się do jednego wydarzenia; nie rzadko możemy też mówić o całym dorobku działacza sceny politycznej, który swój wizerunek zbudował na trosce o bezpieczeństwo codzienne. Dzieje się tak ze względu na mimo wszystko mniejszą widowiskowość zagrożeń i działań oraz często na czasowe oddalenie skutków prowadzonej polityki od podejmowanych decyzji. Tego rodzaju zagrożenia stają się pryzmatem służącym do oceny polityka dopiero po pewnym czasie, kiedy rozważana jest całość skumulowanych osiągnięć.

Rudolph Giuliani, burmistrz Nowego Jorku w latach 1994–2001, w zasadzie całość swego publicznego wizerunku zawdzięcza skutecznemu zwalczaniu przestępczości (program „Zero tolerancji”) oraz efektywnemu zarządzaniu kryzysowemu w mieście po atakach na World Trade Center w 2001 roku²⁷. Pozytywne oceny jego rządów w metropolii i popularność, jaką dzięki nim zdobył, sprawiły, że Giuliani zdecydował się ubiegać o nominację Partii Republikańskiej w wyborach prezydenckich w 2008 roku. Ostatecznie wycofał się, popierając Johna McCaina, nie ulega jednak wątpliwości, że całość swojej kampanii chciał budować na wizerunku skutecznego w zarządzaniu kryzysami burmistrza; tak właśnie na ten temat wypowiadał się dla mediów²⁸. Przykład Giulianiego to także wsparcie tezy Jennifer Merolli i Elizabeth Zechmeister mówiących, że republikańscy politycy, przy niepopelnianiu rażących błędów, „korzystają” z kryzysów czy też łatwiej im jest zbudować pozytywny wizerunek w czasach zagrożenia terrorem, w tym zagrożenia przestępczością bądź wojną.

Wśród europejskich przywódców na bezpieczeństwie wewnętrznym próbował promować swą pozycję prezydent Francji Nicolas Sarkozy, a robił to dość skutecznie. Mierzył się z podobnymi jak Giuliani problemami (i używał podobnych narzędzi; też posługiwał się nośnym hasłem „Zero tolerancji”), ale rezultaty swych działań wykorzystywał bardziej instrumentalnie. Ostra reakcja Sarkozy’ego jako ministra spraw wewnętrznych na zamieszki, które wybuchły w kilku miejscach Francji w 2005 roku (były to wystąpienia ludności imigranckiej), spowodowała duży wzrost jego popularności i był to *de facto* początek marszu po prezydenturę. W kampanii kandydat umiejętnie wykorzystywał kartę bezpieczeństwa, mogąc się wesprzeć swymi rzeczywistymi osiągnię-

²⁷ M. Powell, *In a Volatile city, a Stern Line on Race and Politics*, „The New York Times”, <http://www.nytimes.com/2007/07/22/us/politics/22giuliani.htm> [dostęp: 5.02.2015].

²⁸ *Part II: CNN/YouTube Republican Presidential Debate Transcript*, CNN, <http://edition.cnn.com/2007/POLITICS/11/28/debate.transcript.part2/index.html> [dostęp: 5.02.2015].

ciami. Jako prezydent Sarkozy zaczął jednak tracić poparcie, więc ponownie odwołał się (już zdecydowanie bardziej cynicznie) do kwestii bezpieczeństwa, licząc, że wywoła podobny jak w latach 2005–2007 efekt przyciągnięcia uwagi mediów i wyborców. W kontekście przestępczości mówił o deportacjach imigrantów, odbieraniu obywatelstwa, różnicował obywateli na lepszych (francuskiego pochodzenia) i gorszych (imigranckiego pochodzenia), wskazywał, że to imigranci są głównymi winnymi przestępstw²⁹. Liczne uliczne demonstracje związane z bezrobociem i reformami emerytur spotkały się ze zdecydowanymi działaniami policji, tym razem jednak prezydent nie mógł się tłumaczyć, że tłumiąc je, walczy z przestępczością. Krytykowany na ulicach i w mediach Sarkozy ostatecznie wyборы w 2012 roku przegrał.

Wizerunek Ewy Kopacz zmienił się wraz ze sprawowaniem przez nią funkcji premiera, ale jako minister zdrowia na przełomie 2009 i 2010 roku zmagając się także – ze względu na komunikację społeczną – z epidemią świńskiej grypy. Wówczas to ówczesna minister oparła się naciskom dotyczącym zakupu szczepionek, co wywołało liczne kontrowersje, łącznie z oskarżeniami o spowodowanie większego zagrożenia, i mimo wszystko pod względem wizerunkowym wyszła z kryzysu obronną ręką. Konsekwentnie starała się odbudowywać poczucie bezpieczeństwa, wskazując, że „panuje nad sytuacją”; bezpośrednio po epidemii była powszechnie chwalona za swoje decyzje. Z pewnością wzmocniło to jej pozycję na scenie politycznej, czego dalekie konsekwencje można było zaobserwować w 2014 roku wraz z objęciem funkcji premiera. Niemniej jednak razem z jej awansem pojawiło się też dużo większe zainteresowanie środków przekazu i doniesienia medialne o „ofiarach Kopacz”, o zakłamywaniu danych i oszukiwaniu obywateli³⁰. Niezależnie od faktów – bo nie zawsze one są najważniejsze przy kształtowaniu wizerunku – także oszczercze publikacje są dla odbiorców jednym z elementów politycznego *image'u* premier.

Spośród innych polityków, którzy dbanie o codzienne bezpieczeństwo obywateli uczynili, bądź starali się uczynić, swym znakiem rozpoznawczym, prowadząc odpowiednią politykę (także informacyjną), wymienić można Lecha Kaczyńskiego (choćby walka z przestępczością; ta tematyka stała się później jednym z głównych punktów programu Prawa i Sprawiedliwości). Zbigniew Ziobro również budował swój wizerunek na walce z przestępczością. W Wielkiej Brytanii Margaret Thatcher jednoznacznie kojarzona jest z bezpieczeństwem ekonomicznym i walką ze związkami zawodowymi (a zatem dla niektó-

²⁹ M. Moran, *Nicolas Sarkozy: A One-Trick Pony?*, „Open Democracy”, <https://www.opendemocracy.net/opensecurity/mathew-moran/nicolas-sarkozy-one-trick-pony> [dostęp: 5.02.2015].

³⁰ *Setki ofiar kłamstw Ewy Kopacz. Chorzy na grypę nie musieli umierać*, „Niezależna”, <http://niezalezna.pl/59851-setki-ofiar-klamstw-ewy-kopacz-chorzy-na-grype-nie-musieli-umierac> [dostęp: 5.02.2015].

rych grup – z zagrożeniem ekonomicznym), dzięki czemu powstał wizerunek Żelaznej Damy. Inny brytyjski polityk, John Gummer, minister w rządzie Johna Majora, który w latach dziewięćdziesiątych XX wieku walczył z epidemią choroby szalonych krów, starał się poprawić wizerunek władz i pozytywnie wpłynąć na gospodarkę przez liczne akcje i wypowiedzi zachęcające do jedzenia wołowiny, między innymi publicznie obnosząc się z konsumowaniem hamburgerów³¹.

3. Zagrożenia prospektywne

Drugi typ niebezpieczeństw to zagrożenia prospektywne, to znaczy związane głównie ze zbliżającymi się potencjalnymi wydarzeniami. Istotny jest w tym miejscu stopień prawdopodobieństwa wystąpienia niebezpieczeństwa. Im wyższy, tym większe są możliwości wpływania na opinię odbiorców, ponieważ podwyższoną rolę zaczynają odgrywać emocje (na przykład przy podejmowaniu decyzji, przy dokonywaniu ocen działań polityków, w przekazach medialnych). Dlatego też, patrząc z czysto instrumentalnej perspektywy, w budowaniu swojego wizerunku korzystne może być dla partii (polityków) wzbudzanie odpowiednich uczuć u odbiorców w związku z prognozowanym zagrożeniem bezpieczeństwa, gdyż poczucie zagrożenia może głęboko wpłynąć na postrzeganie sytuacji politycznej³². W ten sposób członkowie elity politycznej prezentują się jako osoby przewidujące, zapobiegawcze, bardziej przenikliwe, ale i bardziej zdecydowane niż rywale, szczególnie jeżeli nie sprawują wówczas władzy, gdyż nie sposób niezwłocznie zweryfikować ich zapowiedzi.

Zagrożenia prospektywne, czyli niedokonane, przyszłe, związane na przykład z ewentualnym objęciem (lub utrzymaniem) władzy przez konkurencję, prowadzeniem określonej polityki, zaniechaniem jakichś posunięć czy napiętą sytuacją międzynarodową, mają przede wszystkim „dziać się” w wyobraźni odbiorców, więc w tym wypadku mówimy tak naprawdę o werbalnym opisywaniu przyszłych zagrożeń w przemówieniach, wywiadach, wystąpieniach w mediach, materiałach promocyjnych w kampaniach i innych. Rzadziej mamy do czynienia z dosłownym pokazywaniem przyszłych zagrożeń, gdyż pomimo nieraz realnej groźby ich wystąpienia taki obraz jest w momencie jego prezentacji tylko fikcją, w przeciwieństwie do „zagrożeń retrospektywnych”, w przypadku których można posłużyć się prawdziwymi obrazami skutków kryzysów. Czym innym bowiem jest ostrzeżenie przed zagrożeniem, czym innym

³¹ John Gummer: *Beef Eater*, BBC News, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/369625.stm [dostęp: 5.02.2015].

³² A. Boin, P. 't Hart, A. McConnell, *Crisis Exploitation...*, s. 81.

fabularne jego przedstawianie. Sytuacje z próbami ilustrowania nadchodzących niebezpieczeństw i ich skutków zdarzają się raczej w kampaniach wyborczych, kiedy to atakując konkurencję, politycy dokonują projekcji przyszłości w swych audiowizualnych reklamach, w wizjach tych przedstawiając skutki zagrożeń wywołanych potencjalnymi rządami swych politycznych rywali³³. A zatem owo „dzianie się” zagrożeń w wyobraźni odbiorców (nie przesądzając, do jakiego stopnia zagrożenie jest realne i czego dotyczy) wywoływane jest przede wszystkim przez werbalne komunikowanie o kryzysie, stosowanie odpowiedniej retoryki i budowanie atmosfery niebezpieczeństwa.

3.1. Instrumentalne negatywne wykorzystanie zagrożeń prospektywnych

W rywalizacji politycznej można obserwować działania zmierzające do stworzenia poczucia zagrożenia ewentualnymi rządami politycznej konkurencji. W materiałach wyborczych wielu komitetów w Polsce pojawiają się regularnie tak zwane straszenie PiS-em i straszenie PO, co oznacza rysowanie przyszłych potencjalnych zagrożeń związanych z objęciem lub kontynuowaniem rządów przez jedną z tych partii. Nierzadko owo budowanie atmosfery niebezpieczeństwa nie jest w opinii atakujących bezpodstawne, gdyż opiera się na ocenie przeszłych działań rywali, niemniej jednak wskazywanie na możliwe przyszłe zagrożenia ma charakter bardziej zgadywania niż prawdziwej prognozy, i służy – jak bywa to określane przez media i samych polityków – budowaniu pożądanej z perspektywy wyborczej narracji o rzeczywistości. Taka walka na zagrożenia może objawiać się na wiele sposobów. Może to być na przykład:

Bezpośrednie atakowanie konkurentów politycznych w związku z kryzysem lub katastrofą niezależnie od tego, czy ma to uzasadnienie, czy nie, i przenoszenie w przyszłość ocen przeszłości (na zasadzie: skoro działali tak kiedyś, to nadal będą tak robić, więc wytknijmy to już teraz).

Przerzucanie winy (*blame game*) polegające na oskarżaniu przeciwników o wszelkie możliwe błędy, także te, które dopiero mogą zostać popełnione w obliczu kryzysu; przenoszenie tych oskarżeń w przyszłość³⁴. Jak wskazują Arjen Bion, Paul't Hart i Allan McConnell na umiejętnym przerzucaniu winy i komunikowaniu o kryzysie zbudowano i odnowiono kilka politycznych ka-

³³ Najsylniejszą reklamą polityczną prezentującą apokaliptyczną, dosłownie, wizję przyszłości pod ewentualnymi rządami konkurenta był spot Lyndona B. Johnsona (Partia Demokratyczna) z 1964 r. pt. *Peace Little Girl* (lub *Daisy*), w którym obraz bawiącego się dziecka zestawiono z pokazaniem eksplozji bomby nuklearnej.

³⁴ A. Boin, P. 't Hart, A. McConnell, *Crisis Exploitation...*, s. 102.

rier, zarówno w sensie realnego działania, jak i w aspekcie symbolicznym, to znaczy nadawania tonu debacie publicznej i „tworzenia znaczeń” (a więc wspomnianej „narracji”) w czasach zagrożenia i niepewności. Dobrym przykładem będzie tu postać Antoniego Macierewicza. Jeszcze lepszym – na przykład wzajemne oskarżenia PO i PiS głównie w latach 2005–2007, przejawiające się walką na spoty wyborcze ukazujące zakulisowe układy, kołesiostwo, podejrzane interesy zagrażające funkcjonowaniu państwa; spoty te często posługiwały się obrazami inscenizowanych „policyjnych” interwencji; w 2014 roku podobnymi motywami posługiwała się koalicja Europa Plus Twój Ruch.

Wzbudzanie strachu w celu zbudowania odpowiedniej atmosfery na bazie często wymyślanego zagrożenia, ale tego, czy rzeczywiście jest ono nie-realne, nie sposób zweryfikować (dlatego straszenie nim często trudno uznać za manipulację). Celem tego działania jest sprawienie, by ludzie podejmowali decyzje polityczne (wyborcze) pod wpływem emocji³⁵, na przykład: straszenie powrotem IV RP jako zagrożeniem dla bezpieczeństwa jednostek, bo powstanie państwo policyjne; straszenie Kościołem katolickim przez Twój Ruch w wyborach w 2011 roku.

Manipulowanie przekazem w celu wzbudzenia obaw, co można zweryfikować za pomocą dokumentów, wypowiedzi, danych itp.; na przykład w 2007 i 2010 roku PiS w swoich materiałach wyborczych wprost oskarżał PO i Bronisława Komorowskiego o to, że po wyborach będą oni dążyć do sprywatyzowania szpitali (ukazywanie skutków przyszłych zagrożeń). Po pozwach skierowanych przez PO sądy uznały to za nieprawdę i nakazały publiczne odwołanie tych oskarżeń³⁶. W tym przypadku można odnaleźć znamiona działalności czysto propagandowej.

3.2. Instrumentalne pozytywne wykorzystanie zagrożeń prospektywnych

Sprawy niebezpieczeństw mogą być przez podmioty polityczne wykorzystywane w pozytywny sposób, to znaczy taki, w którym nie chodzi o atakowanie konkurentów, ale o budowanie własnego pożądanego wizerunku. Może to być zwrócenie uwagi na problem, wytknięcie rzeczywistych błędów konku-

³⁵ C. Gordon, A. Arian, *Threat and Decision Making*, „The Journal of Conflict Resolution” 2001, nr 45 (2), s. 197 i 207.

³⁶ P. Walewski, Kłamstwo osądzone, „Polityka”, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1506664,1,wyrok-w-sprawie-prywatyzacji-szpitali.read> [dostęp: 5.02.2015]; *Błaszczak: wyrok oznacza, że PO nie będzie prywatyzować szpitali*, „Gazeta Prawna”, http://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/429113,blaszczak_wyrok_oznacza_ze_po_nie_będzie_prywatyzowac_szpitali.html [dostęp: 5.02.2015].

rentów czy chęć naprawy źle funkcjonujących mechanizmów państwowych. Spotykamy bowiem oferty wyborcze, które są przecież jedynie komunikatami, bez gwarancji realizacji, oparte głównie na planach i deklaracjach zapewnienia obywatelom szeroko rozumianego bezpieczeństwa, w tym walki z przestępczością czy wzmocnienia obronności państwa. Stosowanie argumentów z dziedziny bezpieczeństwa ekonomicznego (socjalnego) może z kolei służyć politykom do budowania wizerunku „opiekunów” troszczących się o byt obywateli. Przykładami takiego pozytywnego wykorzystywania tematyki zagrożień są:

Wykazywanie ogólnej troski o państwo. W 2005 roku wprost do takich sformułowań, jak „opieka”, „wspólne dobro” odwoływała się kampania Partii Demokratycznej – demokraci.pl. Także w 2005 roku Prawo i Sprawiedliwość przeprowadziło kampanię (jak się okazało nie ostatnią) opartą na postulacie odnowy państwa i zapewnienia obywatelom bezpieczeństwa (Lech Kaczyński jako symbol walki z korupcją, układami itp.).

Wystosowywanie oferty „ekonomicznej”. Tutaj zakwalifikujemy wszelkiego typu kampanie i oferty mówiące o podwyżkach płac, niższych podatkach, ulgach, ułatwieniach dla różnych grup (rodziny, przedsiębiorcy, młodzi po studiach itp.), oferty tak zwanego taniego państwa. W 2005 roku celowała w tym w swej kampanii Socjaldemokracja RP i częściowo PiS z Lechem Kaczyńskim; w 2007 roku PO jako partia wówczas opozycyjna dużą część kampanii oparła na motywie przyszłych powrotów Polaków z emigracji zarobkowej (bezpieczeństwo ekonomiczne).

Oferta opieki nad słabszymi, skrzywdzonymi; tego rodzaju komunikaty o bezpieczeństwie właściwe są dla wielu ugrupowań, choć szczególnie dla partii populistycznych, w tym lewicowych; przykładem były oferty Samoobrony, częściowo koalicji SLD-UP, Polskiej Partii Pracy.

Oczywiście te pozytywne oferty mogą się wiązać z działaniami opisanymi wyżej, to znaczy odpowiednim wzbudzaniem strachu o przyszłość, aby, niejako w kontraście, zaproponować pozytywną ofertę zapewnienia bezpieczeństwa. To nic innego niż klasyczny motyw wprost z reklam dóbr i usług komercyjnych, gdzie w przekazie promocyjnym najpierw przedstawiony jest problem, a następnie pojawia się produkt, dzięki któremu problem zostaje rozwiązany.

Podsumowanie

Kwestie bezpieczeństwa to nie jedyne czynniki czy też pryzmat, przez który postrzegane są wizerunki polityków i partii. Niemniej jednak są to problemy wzbudzające emocje, nadające się zazwyczaj do atrakcyjnego pokazania

w mediach (relacje, ale i inscenizacje, kontrowersyjne, ostre wypowiedzi), stąd duża popularność tych motywów w kampaniach wyborczych. Oczywiście nie wszyscy politycy posługują się tymi motywami w równym stopniu. Jak bowiem zauważono w wielu badaniach, sprawowanie władzy w okresie zbrojnego zagrożenia bezpieczeństwa jest raczej dla partii „dobrodziejstwem” (patrząc z wyborczej perspektywy), w naturalny bowiem, nie kształtowany perswazją sposób obywatele bardziej władzy ufają, są wobec niej bardziej wyrozumiali, ponieważ często zagrożenie to jest zewnętrzne. Posiadanie władzy w czasach słabości, niestabilności gospodarczej jest natomiast przekleństwem, bo tego rodzaju zagrożenia częściej rozumiane są jako wynik złego rządzenia, a nie wpływ czynników obiektywnych, niezależnych (czy też mało zależnych) od sprawujących władzę³⁷.

W czasach zbrojnych zagrożeń czynnik silnego przywództwa jest także dużo ważniejszym kryterium przy podejmowaniu decyzji wyborczych przez obywateli, co oznacza, że w takich warunkach uprzywilejowani są ludzie z charyzmą (lub na takich się kreujący), i choć niekoniecznie zawsze najbardziej kompetentni, potrafiący dobrze wykorzystać media dla budowania swego wizerunku³⁸.

W omawianych sytuacjach kluczową rolę, co było podkreślane, odgrywiają media masowe.

Aktywne, profesjonalne wykorzystywanie środków przekazu zwiększa wiarygodność aktora politycznego. Reaktywna i chaotyczna komunikacja kryzysowa sprzyja czemuś dokładnie odwrotnemu. Kłamstwa, umniejszanie lub negowanie oczywistych problemów i obiecywanie ulgi bez faktycznego rozwiązania kłopotów podważa wiarygodność polityka. A stopień spójności między relacjami oraz komentarzami mediów i przekazem formułowanym przez aktora politycznego zależy od wiarygodności jego komunikacji kryzysowej³⁹.

Dopiero wzajemna niesprzeczność treści płynących z obu źródeł: mediów i polityków pozwala na skuteczne budowanie oczekiwanego wizerunku. Istotne jest w związku z tym posiadanie przez władzę planów komunikacji kryzysowej, nie tylko ze względu na fakt, że są częścią zarządzania kryzysowego w ogóle, co w wielu przypadkach jest zadaniem władz publicznych, ale także z czysto politycznego punktu widzenia. Ułatwia to bowiem konstruowanie wizerunku ludzi kompetentnych, skutecznych i przygotowanych. Podobnie brak przygotowania jest prezentem dla konkurencyjnych ugrupowań, które dodat-

³⁷ J.L. Merolla, E.J. Zechmeister, *Evaluating Political...*, s. 599.

³⁸ *Eidem, Terrorist Threat...*, s. 598.

³⁹ A. Boin, P. 't Hart, A. McConnell, *Crisis Exploitation...*, s. 96.

kowo zazwyczaj starają się kryzys upolitycznić, skierować komunikację na tory emocjonalne i niemerytoryczne (choć często się do tego nie przyznają), bo w ten sposób łatwiej jest dokonywać ataków, osłabiać i dyskredytować sprawujących władzę.

Podsumowując, za Arjenem Bionem, Paulem 't Hartem i Allanem McConnelllem można stwierdzić, że sprawującym władzę łatwiej jest wybrnąć z sytuacji zagrożeń bezpieczeństwa, jeżeli:

- mają dobry kapitał medialny sprzed kryzysu (na przykład postrzegani byli wcześniej jako wiarygodni, zbudowali dobre relacje z kluczowymi podmiotami medialnymi),
- prowadzą aktywną i przekonującą komunikację kryzysową (a zatem są przygotowani),
- nie sprawują władzy zbyt długo (nie wypalili się jeszcze w kryzysach),
- dominuje pogląd, że zagrożenie (kryzys) ma korzenie zewnętrzne,
- uda się stworzyć komisję ekspertów jako główne ciało badające zagrożenie (kryzys).

Siły opozycyjne natomiast mogą w wyniku kryzysu zyskać przewagę, w tym wizerunkową, szczególnie jeśli:

- rządzący musieli w ostatnim czasie mierzyć się z dużą krytyką mediów (mieli złą prasę),
- rządzący długo już sprawują władzę,
- dominuje pogląd, że zagrożenie (kryzys) ma korzenie wewnętrzne (a więc wynika głównie z winy rządzących),
- uda się stworzyć polityczną, nieeksperską komisję jako główne ciało badające zagrożenie (kryzys)⁴⁰.

Odnosząc się do powyższych uwag, nietrudno zauważyć, że te skonstruowane wobec USA i na podstawie badań nad polityką w Stanach Zjednoczonych stwierdzenia mają w dużej mierze walor uniwersalności. Jeżeli przyjrzymy się powyższym uwarunkowaniom w kontekście katastrofy smoleńskiej z 2010 roku, to zauważymy, że oba główne obozy spierające się o przyczyny i znaczenie tego wydarzenia, w zależności od zajmowanej na rynku politycznym pozycji, przyjmują właśnie takie perspektywy. Rządzący (koalicja PO–PSL w latach 2007–2015) powołują komisję ekspertów, opozycja (głównie PiS w latach 2007–2015) – mobilizuje głównie gremia polityczne. Opozycja stara się wykażać winę rządzących (czynniki wewnętrzne) w powiązaniu z interesami innego państwa, a rządzący wskazują na przyczyny zupełnie od nich niezależne, które nastąpiły tuż przed lądowaniem (czynniki zewnętrzne). Opozycja stara się przeciągnąć media na swoją stronę, wiedząc, że rządzący mają poprawne relacje z największymi publikatorami, co bardzo im sprzyja. Kазus smoleński

⁴⁰ *Ibidem*, s. 100.

ma także charakter dualny w aspekcie retro- i prospektywnym. Z jednej strony była to jak najbardziej realna katastrofa, zagrożenie bezpieczeństwa nie tylko elity, ale i całego państwa. Z drugiej strony Smoleńsk pozostaje jednym z głównych motywów komunikacji politycznej, także w mediach, punktem odniesienia do opisywania i oceniania konkurencji, prowadzenia kampanii wyborczych czy wyciągania politycznych wniosków co do przyszłości, która przecież nie jest określona ani tym bardziej znana. I ze względu na wagę katastrofy, jej nośności, potencjału emocjonalnego, atrakcyjności medialnej zarówno ten, jak i inne kryzysowe tematy niezmiennie krążą w sferze publicznej i pozostaną przysmatem, nieraz instrumentalnie wykorzystywanym, przez który odbiorcy mediów postrzegają politykę i polityków.

Bibliografia

- Abney F.G., Hill L.B., *Natural Disasters as a Political Variable: The Effect of a Hurricane on an Urban Election*, „The American Political Science Review” 1966, nr 60 (4).
- Bedard P., *Poll: Gulf Oil Spill Hurts Obama's Image*, U.S. News & World Report, <http://www.usnews.com/news/blogs/washington-whispers/2010/07/01/poll-gulf-oil-spill-hurts-obamas-image> [dostęp: 5.02.2015].
- Błaszczak: wyrok oznacza, że PO nie będzie prywatyzować szpitali, „Gazeta Prawna”, http://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/429113,blaszczak_wyrok_oznacza_ze_po_nie_bedzie_prywatyzowac_szpitali.html [dostęp: 5.02.2015].
- Boin A., 't Hart P., McConnell A., *Crisis Exploitation: Political and Policy Impacts of Framing Contests*, „Journal of European Public Policy” 2009, nr 16 (1).
- Cimoszewicz prostuje słynne słowa o powodzi, Onet, <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/cimoszewicz-prostuje-slynnne-slowa-o-powodzi/4rhxc> [dostęp: 5.02.2015].
- Davies J.C., *Charisma in the 1952 Campaign*, „The American Political Science Review” 1954, nr 48 (4).
- Goldenberg S., *BP Oil Spill: Barack Obama Dives into Safety Debate with Gulf of Mexico Swim*, „The Guardian”, <http://www.theguardian.com/environment/2010/aug/15/barack-obama-swim-gulf-florida> [dostęp: 5.02.2015].
- Gordon C., Arian A., *Threat and Decision Making*, „The Journal of Conflict Resolution” 2001, nr 45 (2).
- Guła P., Prońko J., Wiśniewski B., *Zarządzanie informacją w sytuacjach kryzysowych*, Wyższa Szkoła Administracji, Bielsko-Biała 2009.
- Japan's Prime Minister to Give up Salary*, CNN, <http://edition.cnn.com/2011/WORLD/asiapcf/05/10/japan.nuclear/> [dostęp 5.02.2015].
- John Gummer: Beef Eater*, „BBC News”, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/369625.stm [dostęp: 5.02.2015].
- Kolczyński M., *Strategie komunikowania politycznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2008.
- Kolczyński M., Sztumski J., *Marketing polityczny*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice 2003.

- Lee C.E., *Obama Takes a Swim*, „Politico”, <http://www.politico.com/news/stories/0810/41073.html> [dostęp: 5.02.2015].
- Maliszewski N., *Jak zaprogramować wyborcę?*, Centrum Doradztwa i Informacji „Difin”, Warszawa 2008.
- Merolla J.L., Zechmeister E.J., *Evaluating Political Leaders in Times of Terror and Economic Threat: The Conditioning Influence of Politician Partisanship*, „The Journal of Politics” 2013, nr 75 (3).
- Merolla J.L., Zechmeister E.J., *Terrorist Threat, Leadership, and the Vote: Evidence from Three Experiments*, „Political Behavior” 2009, nr 31 (4).
- Moran M., *Nicolas Sarkozy: A One-trick Pony?*, „Open Democracy”, <https://www.opendemocracy.net/opensecurity/mathew-moran/nicolas-sarkozy-one-trick-pony> [dostęp: 5.02.2015].
- Nowak E., *Relacje mediów jako czynnik interweniujący w stosunkach międzynarodowych. Koncepcja CNN effect*, „Politeja” 2011, nr 1 (15).
- Part II: CNN/YouTube Republican Presidential Debate Transcript*, CNN, <http://edition.cnn.com/2007/POLITICS/11/28/debate.transcript.part2/index.html> [dostęp: 2.05.2015].
- Powell M., *In a Volatile City, a Stern Line on Race and Politics*, „The New York Times”, <http://www.nytimes.com/2007/07/22/us/politics/22giuliani.html> [dostęp: 5.02.2015].
- Setki ofiar kłamstw Ewy Kopacz. Chorzy na grypę nie musieli umierać*, „Niezależna”, <http://niezalezna.pl/59851-setki-ofiar-klamstw-ewy-kopacz-chorzy-na-grype-nie-musieli-umierac> [dostęp: 5.02.2015].
- Stern S.M., *Averting „The Final Failure”: John F. Kennedy and the Secret Cuban Missile Crisis*, Stanford University Press, Stanford 2003.
- Ustawa z dnia 26 kwietnia 2007 r. o zarządzaniu kryzysowym*, Dz.U. 2007 Nr 89 poz. 590.
- Walewski P., *Kłamstwo osądzone*, „Polityka”, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1506664,1,wyrok-w-sprawie-prywatyzacji-szpitali.read> [dostęp: 5.02.2015].

Streszczenie

Kwestie bezpieczeństwa stanowią ważny element wpływający na postrzeganie aktorów sceny politycznej. Możemy zaobserwować przypadki, w których katastrofa czy kryzys zasadniczo zdefiniował całościowe postrzeganie osoby publicznej, a jej dokonania i prowadzona polityka filtrowane są przez pryzmat tego, jak poradziła sobie ona z zagrożeniem jako przywódca. Sprawdzenie lub niesprawdzenie się władzy w obliczu niebezpieczeństwa bywa koronnym argumentem za lub przeciw jej utrzymaniu. A informacje zarówno o kryzysach, zagrożeniach, jak i o działaniach polityków otrzymujemy z mediów.

Autor rozdziału wskazuje uwarunkowania decydujące o politycznej i medialnej roli zagrożeń jako determinantów (pryzmatów) wizerunku politycznego oraz wprowadza typologię ich dwóch rodzajów: zagrożenia retrospektywne i prospektywne. Szeroko opisując obie kategorie i ilustrując je przykładami, autor wskazuje na wyniki prowadzonych głównie w USA badań nad związkami sprawnego/niesprawnego zarządzania informacjami w kryzysie, a ocenianiem polityków przez obywateli. Zwraca także uwagę na znaczenie kryzy-

sów dla prowadzenia kampanii wyborczej, w tym negatywnego wpływu na wizerunek konkurentów.

Emergencies, conflicts, safety threats, and communication about them as the determinants of political image

Abstract

Security issues are important elements influencing the perception of political actors. We can observe the cases when disaster or crisis essentially and effectively defined the overall perception of a public figure. Achievements gained and the policy carried out by such person are filtered through the prism of how he or she coped with the threat as a leader. Success or failure of the crisis policy, and in the face of danger, can act as the major argument for or against supporting political authorities. And information about both: threats and actions of politicians, come to us from the mass media.

In the chapter the author indicates the conditions influencing the aspects political and media of threats as the determinants of political image. Two types of threats are introduced and discussed: retrospective and prospective threats. Widely describing these categories and illustrating them with examples, the author points to the results of American research on relation between efficient/inefficient crisis information management and evaluating politicians by citizens. He also highlights the importance of crises for conducting election campaign, including the negative impact of crises on the image of competitors.

Słowa kluczowe: wizerunek polityczny, bezpieczeństwo, kryzys, media masowe

Keywords: political image, security, crisis, mass media