

„Q&A” ANDRZEJA DUDY JAKO PRZYKŁAD KOMUNIKOWANIA PERFORMATYWNEGO

Agnieszka Walecka-Rynduch

 orcid.org/0000-0001-9869-7982

Katedra Lingwistyki Kulturowej i Komunikacji Społecznej, Instytut Filologii Polskiej,
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

ABSTRACT

“Q&A” of Andrzej Duda as an example of performative communication

In this paper the author provides an analysis of an interesting phenomenon of media communication implemented under the Q&A formula. This form of contact with the electorate, popular in a special way among politicians of Eastern European democracies, has also become the domain of Polish President Andrzej Duda during the last election campaign in 2020. The qualitative analysis was carried out on programmes aired on the official profile of Polish President on Facebook from March 23rd to July 3rd 2020. It is a total of 15 films, each (with one exception) lasting about 90 minutes. The author characterises this channel of persuasive messages and points out their role in contemporary media discourse.

Keywords: Q&A, political communication, political image, media, discourse

Wstęp

Kampanie wyborcze 2015 roku w Polsce pokazały, jak istotnym kanałem komunikacji z elektoratem w sferze publicznej, przesiąkniętej różnymi kanałami komunikacji, są media społecznościowe¹. W sferze, którą przyjęłam nazywać MediaPolis (Walecka-Rynduch 2019), zacierają się granice między tym, co wcześniej przynależne było polityce programowej, ideowej, a tym, co należy do kultury popularnej, czyli

¹ Pionierska w tym kontekście oraz w świetle uzyskanych wyników była kampania Baracka Obamy z 2008 r. (Lakomy 2013). Na temat dokładnej analizy mediów społecznościowych jako elementu strategii komunikowania wyborczego w Polsce zob. Adamik-Szysiak 2018 oraz Stoppel 2020.

politycznej rozrywki. Podczas tej rywalizacji kandydaci przykładali szczególną wagę (ze względu na efektywność, ale i oryginalność działań) do swego rodzaju mobilizacji i aktywizacji elektoratu, przykładowo emitowanych na platformie Facebook podcastów, filmów. Upowszechniła się również moda na *selfie*, samodzielnie wykonane zdjęcia z kandydatem, które potem użytkownicy mediów społecznościowych umieszczali na swoich profilach w sieci, oraz tzw. *tweetupy* – specjalne spotkania z kandydatem. Kampania ta pokazała, jak istotne dla politycznego sukcesu jest umiejętne zdefiniowanie kanałów komunikacji dla działań mobilizacyjnych (Stoppel 2020; Walecka-Rynduch 2018) oraz że współczesna rywalizacja podmiotów politycznych toczy się równoległe na wielu płaszczyznach. Przestrzeń internetu jest specyficzną areną walki i rywalizacji (programowej, propagandowej, aksjologicznej) kandydatów politycznych (Lakomy, Porębski, Szybut 2014, s. 10 i nast.). Podwójna kampania była swoistym sygnałem wskazującym na ewolucję paradygmatu komunikowania politycznego i impulsem do aktywnego poszukiwania przez sztaby wyborcze kolejnych, niejednokrotnie nieoczywistych pól kontaktu z elektoratem.

Szczególne zainteresowanie rywalizujących podmiotów w kampaniach wyborczych w 2019 i 2020 roku wzbudziła *quasi*-dialogowa formuła sesji Q&A (ang. *questions and answers*), czyli pytań, które mogli zadawać internauci politykom, na które politycy następnie publicznie (w toku audycji) odpowiadali. To właśnie ona stała się domeną kampanii prezydenckiej Andrzeja Dudy.

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na Q&A w kontekście budowania wizerunku polityka oraz przyjętej przez niego narracji jako na wyraz komunikacji performatywnej łączącej z jednej strony działania językowe (sprawcza funkcja języka), a z drugiej strony będącej wyrazem swoistego performansu obrazującego konkretne zachowanie jednostki w konkretnym czasie. Takie działanie w szczególności realizowane jest przez polityków demokracji wschodnioeuropejskich, którzy z jednej strony chcą wielopłaszczyznowego kontaktu z elektoratem, ale z drugiej strony nieustannie dążą do transponowania nakreślonego wcześniej wizerunku perswadora.

Korpusem badawczym przyjętym w poniższej analizie są programy emitowane od 23 marca 2020 r. do 3 lipca 2020 r. na oficjalnym profilu Andrzeja Dudy (PAD) na portalu społecznościowym Facebook. Łącznie jest to 15 filmów, z których każdy (z jednym wyjątkiem) trwa około 90 minut. Internauci chętnie komentowali tę formę kontaktu Andrzeja Dudy z elektoratem. Liczba komentarzy pod filmami sięgała między 3 tys. a 19 tys. reakcji słownych. Analiza komentarzy nie jest jednak przedmiotem poniższego opracowania.

Model badania

Za punkt wyjścia rozważań obrałam lasswellowski model komunikacji (1948), ponieważ dzięki niemu można zaobserwować, jak wskazywał Tomasz Goban-Klas, formy komunikowania międzyludzkiego, które mają charakter instrumentalny, czyli takie, w których nadawca stawia sobie jasno określony cel: zmianę postaw

lub zachowań odbiorców. Lasswellowski model komunikowania składa się z pięciu zasadniczych składników: „kto mówi?; co?; jakim środkiem?; do kogo i z jakim skutkiem?” (Goban-Klas 2004, s. 56–57). Model ten nadal sprawdza się w analizie efektów podjętej strategii komunikacyjnej oraz doboru kanału.

Przyjmując za Aleksym Awdiejewem rozumienie strategii konwersacyjnej, należy zaznaczyć, że jest to świadomie kierowany przez nadawcę i interpretowany przez odbiorcę spójny ciąg aktów mowy, za pomocą którego dążą oni do osiągnięcia wspólnie akceptowanego celu komunikacyjnego (Awdiejew 2005, s. 129). Pozwala ona dostrzec, jak wybrany środek komunikacji oddziałuje na odbiorców. Szczegółowemu namysłowi poddałam dwa elementy składowe spotkań Q&A: formuły powitania oraz pytania otwarcia, czyli tematykę pierwszego z zadanych podczas spotkania pytań.

Skoro odwołujemy się komunikacyjnego schematu Lasswella, pierwszym z nasuwających się pytań będzie oczywiście pytanie: „kto to robi?”. Współcześnie wielu polityków korzysta z takiej formy kontaktu z elektoratem. W 2015 roku takie rozwiązanie usiłowano dołączyć do internetowych relacji m.in. premier Beaty Szydło (zob. Adamik-Szysiak 2018). Jednak nie zostało ono w pełni zaimplementowane w przestrzeni medialnej. W kampanii 2020 r. aktywnie dialogowali również inni kandydaci na stanowisko prezydenta, m.in. Krzysztof Bosak i Szymon Hołownia. Jednak charakter ich komunikacji był zgoła inny. Ich celem była dwustronna komunikacja nastawiona na promocję założeń programowych. Model przyjęty przez Andrzeja Dudę oparty został na innych założeniach, o czym dalej.

Warto w tym miejscu wspomnieć, że taką formę komunikacji (Q&A) od 2001 roku uprawia prezydent Rosji Władimir Putin. Stąd zwrócenie przeze mnie uwagi na szczególny stosunek prezydentów demokracji wschodnioeuropejskich do tego typu komunikacji z elektoratem. To renomowane wydarzenie medialne odbywa się corocznie (wyjątkami były lata 2004 i 2012) (<https://tass.com>). W 2019 roku taką formę komunikacji wybrał Wołodimir Zełenski, prezydent Ukrainy, który 10 października 2019 r. przez 14 godzin rozmawiał w Kijowie w „Food Market” z 300 dziennikarzami. Odpowiedział na 500 pytań (<https://www.bbc.com>). Jak podkreśliły media, rekord Putina (jednorazowe spotkanie z 2008 r.) to 4 godziny i 40 minut. O ile Putin podczas tych spotkań prezentuje formalny anturaż – zarówno pod względem stroju, jak i wybieranych tematów – to należy zauważyć, że Prezydenci Ukrainy i Polski sięgnęli po nieco inny schemat spotkań. Prezentowany strój jest mniej formalny – biała koszula, niekoniecznie zapięta pod szyją, oraz marynarka lub – jak w przypadku Dudy – czasami sama koszula. Uwagę przykuwa także sama forma wypowiedzi i nadawane jej różne funkcje – za Romanem Jakobsonem można by je sklasyfikować jako przedstawioną, ekspresywną, impresywną i fatyczną. Język staje się coraz mniej formalny, a dobór tematów coraz mniej polityczny, a bardziej prywatny. Świadczy to z jednej strony o przesunięciu paradygmatu komunikowania politycznego, ale też o wzroście roli komunikatów performatywnych z drugiej. Przykładowo, rozpoczynając październikowe spotkanie, Zełenski przeprosił zgromadzonych za spóźnienie, które było wynikiem tego, że musiał się przebrać po porannym bieganii – ponieważ odkąd przeprowadził się do miasta, stara się codziennie biegać. W wypowiedzi zastosowano też ciekawą formułę, która

pojawia się również w wypowiedziach Andrzeja Dudy: „a powiedziano mi, że...”. I tak, w przypadku Zełenskigo: „... że będzie to nieeleganckie, gdybym przyszedł w sportowym stroju”. Podobnej formuły odwołania do swojego politycznego zaplecza – doradców ds. protokołu dyplomatycznego – użył w swoim pierwszym Q&A Andrzej Duda (o czym dalej).

Drugie z pytań, które należy zadać zgodnie z przyjętym modelem analizy, to pytanie: „po co?”. Po co urzędujący prezydenci państw siadają przed medialnym nośnikiem i inicjują *quasi*-rozmowę z elektoratem? Odpowiedź na to pytanie jest wielopłaszczyznowa i wielowątkowa. Z pewnością ich celem jest realizacja w komunikacji interpersonalnej performatywnej funkcji języka. Taki komunikat spełnia także inną z funkcji – przedstawioną (poznawczą, ideacyjną) – ponieważ pozwala mówiącemu zaprezentować jakiś fragment realnej rzeczywistości „na mocy powiązania znaków językowych z utrwalonymi w pamięci modelami wyobrażonymi”². Pełni także funkcję ekspresywną (emotywną), która umożliwia wyrażenie emotywnego stosunku mówiącego do przedstawionej rzeczywistości, funkcję impresywną (konatywną), pojmowaną jako wpływanie na odbiorcę (jego sądy i przekonania), oraz funkcję fatyczną, służącą inicjowaniu, kończeniu lub podtrzymywaniu komunikacji. Poszerza ona działanie funkcji impresywnej.

Kolejne z pytań brzmi: „jak?”, czyli jakie medium należy wybrać. Wcześniej politycy wybierali jednostronne kanały komunikacji. W analizowanym przypadku mamy do czynienia z medium interaktywnym – sesje transmitowane były bowiem przez profil Andrzeja Dudy na portalu Facebook. Wpisuje się to we wspomnianą we wstępie ewolucję paradygmatu poprzez włączenie przestrzeni sieci do działań mobilizacyjnych, angażujących elektorat. Analiza tego zjawiska jako modelu została już szeroko opisana w literaturze przedmiotu, tak polskiej, jak i międzynarodowej, nie jest ona jednak przedmiotem analizy. Rozważaniom poddany został tylko jej drobny wycinek, który stanowi formuła Q&A.

Następnym istotnym pytaniem jest pytanie o sam przekaz, czyli: „co się mówi?”. W tym miejscu warto odwołać się także do teorii implikatur konwersacyjnych Paula Grice’a³ i potraktować je jako narzędzie interpretacji dla zrozumienia celowości i zasadności spotkań z cyklu Q&A. Rzecz dotyczy bowiem informacji, które przekazywane są odbiorcy w sposób niejawni. Implikatura konwersacyjna to próba odczytywania intencji zamierzonej mówiącego, jednak niewyrażonej wprost. Wyjaśnia ona mechanizmy odczytywania ukrytych aktów mowy z wykorzystaniem szeroko rozumianego kontekstu językowego i pozajęzykowego. Jasne jest, że w wypowiedziach znaczenie wyrażone *explicite* jest dla rozmówców czytelne (rozumieją dosłowne znaczenie wypowiedzenia); ale dla wyrażań, które są ukrytymi aktami mowy, muszą istnieć inne wykładniki tego, że nieadekwatne wypowiedzenia muszą być przez jakieś rozumowanie zmodyfikowane, a następnie odpowiednio

2 Funkcje języka wg Romana Jakobsona przytaczam za Grażyną Habrajską (Habrajska 2005, s. 92).

3 W zasadniczym kształcie została ona zarysowana w nieopublikowanych wykładach wygłoszonych przez Grice’a w Uniwersytecie Harvarda w 1967 r. (zob. Bartmiński 1993, s. 262).

zdekodowane. Według Grice’a tylko niewielka część komunikatów spełnia warunek prawdziwości. Przeważającą część komunikatów stanowią informacje sugerowane, implikowane. Mogą być one wyrażane w sposób konwencjonalny lub niekonwencjonalny. Wnioski implikowane niekonwencjonalnie to właśnie implikatury konwersacyjne (Bartmiński 1993, s. 262). W ujęciu Grice’a proces implikowania konwersacyjnego wykorzystuje (w różnym stopniu) elementy kontekstu, dzieląc implikatury na ogólne – nie jest wymagana szczegółowa specyfikacja kontekstu, oraz szczegółowe – wymagane jest uwzględnienie ściśle określonego kontekstu, gdyż to on nadaje decydujący kierunek wnioskowaniu (Bartmiński 1993, s. 264).

Takie ujęcie implikatur szczegółowych otwiera ciekawą perspektywę dla analiz zachowań językowych i komunikacyjnych. Każda wypowiedź, mając nieograniczoną liczbę specyfikacji kontekstowych, niesie bowiem nieograniczoną liczbę potencjalnych implikatur (Bartmiński 1993, s. 264).

Analizując wykorzystanie implikatur konwersacyjnych, trzeba przyznać, że o ich roli w Q&A Prezydent powiedział podczas jednego z wystąpień:

– PAD: [...] jak widać znajduje się też czas na to, żeby spotkać się z internautami i odpowiedzieć w miarę możliwości na pytania. Także, to jest dla mnie czas odpoczynku. Mogę powiedzieć, że w jakimś sensie to odpowiadanie na państwa pytania, to także jest dla mnie jakaś forma (no) odpoczynku, bo to są odpowiedzi, po prostu, które (no) odpowiadam, to co, wiem. W związku z czym nie muszę się jakoś tutaj specjalnie przygotowywać, nie muszę się specjalnie konsultować, po prostu mówię i tak z tego, co jest moją bieżącą wiedzą, co i tak wynika z mojej codziennej pracy (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 17.04.2020).

Przypadek Q&A Andrzeja Dudy

Oto próba skodyfikowania tego, co można by przyrównać do ostatniego z Lasswellowskich zamierzeń – analizy efektów. Trzeba podkreślić, że analizowane filmy są zapisem tego, co Prezydent chciał powiedzieć – odsłaniają komunikacyjny zamysł kampanii. W kontekście wspomnianych wyżej implikatur tworzą one zatem zasadę kooperacji, łącząc maksymy ilości, jakości, odniesienia i sposobu⁴.

4 Według Grice’a zasadę kooperacji wspierają trzy maksymy szczegółowe: maksyma ilości – uczynj swój udział tak informatywnym, jak to jest wymagane z punktu widzenia aktualnych celów wymiany; nie czynj swego udziału bardziej informatywnym, niż to jest wymagane; maksyma jakości – staraj się czynić swój udział takim, aby był zgodny z prawdą (nie mów tego, o czym sądzisz, że jest fałszywe; nie mów tego, dla czego nie masz należytego uzasadnienia); odniesienia – mów na temat; maksyma sposobu – mów zrozumiale, unikaj niejasności, wieloznaczności, mów zwięźle, mów w sposób uporządkowany (zob. Bartmiński 1993, s. 263).

Są również przykładem komunikatów performatywnych i kreatywnych – umacniających przyjęty przez perswadora wizerunek⁵.

W poniższej analizie interesowały mnie następujące pytania badawcze:

- P1: Do kogo skierowany jest przygotowany materiał?
- P2: Jak dobierano tematy przewodnie, czyli o czym Prezydent chciał opowiedzieć?
- P3: Jaki był związek prezentowanego materiału z dynamiką kampanii wyborczej?
- P4: Jak kreowano portret perswadora (nadawcy)?

Odpowiedź na pierwsze pytanie pokazuje, że nie wszystkie z założonych celów zostały zrealizowane. Po pierwsze widoczne jest, że zamierzonym celem było wykorzystanie angażująco-mobilizującej funkcji formuły Q&A. Wyraźnym efektem miało być zjednanie sobie elektoratu młodego, ewentualnie młodych dorosłych. Świadczy o tym dobór zwrotów adresacyjnych podczas pierwszego spotkania:

Dzień dobry, Cześć! Witam Was na moim Facebooku, na spotkaniu, na meetingu Q&A. Koledzy mi mówili, żebym zdjął krawat, (ale mówiąc szczerze), żeby to wyglądało, że jestem wyluzowany, ale powiem Wam tak, nie jestem wyluzowany, nie jestem wyluzowany, jestem w trakcie pracy. Przerwałem ją na chwilę, żeby się z Wami spotkać. Odpowiedzieć na pytania, bo wydaje mi się, że to jest ważne, żeby także i młodzi ludzie, przede wszystkim, bo z takimi tutaj mam spotkanie, przede wszystkim. Żeby usłyszeli jak wygląda sytuacja z ust głowy państwa. Dlatego odpowiem na te pytania. Rzeczywiście tych pytań przyszło bardzo dużo w ciągu ostatnich czterech godzin ponad tysiąc pięćset. Więc dziękuję Wam za tak ogromne zainteresowanie, postaram się odpowiedzieć w miarę możliwości na jak najwięcej z nich (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 23.03.2020).

Podobna formuła widoczna jest w zakończeniu spotkania:

Moi drodzy, bo mi tutaj pokazują, że już niestety muszę kończyć to spotkanie, także wracam do swoich obowiązków (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 23.03.2020).

Podczas kolejnych spotkań widoczna jest zmiana formuły powitania na bardziej oficjalną. Jeszcze podczas drugiego *meetingu* widoczna jest chęć relacji z młodszym elektoratem:

Dzień dobry! Witam wszystkich internautów obecnych na moim Facebooku [...]. Witam młodzież tą młodą i tą troszkę starszą, bo wiem, że użytkownicy są w bardzo różnym wieku. (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 30.03.2020).

⁵ Pomysłodawcą wykorzystania formuły Q&A jako elementu kampanii był Adam Bielan (Wikło 2021, 104).

Ale już powitanie podczas trzeciego ze spotkań jasno pokazuje, że Prezydent ma świadomość, że w spotkaniach bierze udział elektorat starszy. Stąd przyjął formułę powitania:

Dzień dobry, bardzo miło spotkać się z państwem w kolejnej rundzie Q&A (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 6.04.2020).

I w kolejnych:

Dzień dobry, bardzo serdecznie witam wszystkich internautów. Wszystkich, którzy odwiedzają moją stronę na Facebooku. Cieszę się, że są państwo ze mną na tym kolejnym spotkaniu z cyklu Q&A, czyli odpowiedzi na pytania, które państwo mi zadajecie. Spektrum tych pytań jest bardzo szerokie. Właściwie wszystkie kwestie, które dzisiaj państwa nurtują zwłaszcza w tej (no) trudnej sytuacji, dla nas wszystkich, w jakiej dzisiaj znajduje się Polska, Europa, Świat, ale przede wszystkim w której my się znajdujemy. Bo to przecież nas w głównej mierze dotyczy, to jest nasze życie i dziękuję, że państwo te pytania zadajecie. Mam nadzieję, że będę mógł na nie w jak najbardziej konkretny i kompleksowy sposób odpowiedzieć (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 17.04.2020).

Oraz podczas innego spotkania:

Dzień dobry, bardzo miło mi jest powitać państwa na moim Facebooku, na kolejnym spotkaniu z cyklu Q&A, czyli pytania i odpowiedzi. Dziękuję za wszystkie zadane pytania, rzeczywiście jest ich cały szereg. Mam nadzieję, że te odpowiedzi, których za moment udzielę, będą dla państwa satysfakcjonujące. Bardzo państwu dziękuję w ogóle za obserwowanie tego cyklu i dziękuję za poświęcony czas, za zainteresowanie. Mam nadzieję, że to, co mówię zaspokaja państwa ciekawość, często potrzebę, którą państwo macie, bo przecież te pytania są związane z różnymi ważnymi, dla państwa także, i osobistymi sprawami. Także i dziś, tak jak to było poprzednim razem, będę się starał jak najbardziej precyzyjnie na te pytania odpowiedzieć (...no...), też wykorzystując swoją jak najlepszą wiedzę (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 21.05.2020).

Należy również podkreślić, że formuła powitania była także wykorzystywana jako element budowania wizerunku nadawcy. Wykorzystano tu zabieg z obszaru narratologii, czyli włączono do wypowiedzi elementy *storytellingu*. Opowiedziane w powitaniach historie z punktu widzenia strategii komunikacyjnej nie mieściłyby się w konwencji pytań i odpowiedzi. Służyły jednak innemu celowi – mobilizowaniu elektoratu i agregowaniu interesów nadawcy. Opowieści te zwracały uwagę na wyjątkowość perswadora, pokazywały jego zaangażowanie lub odwrotnie, jego „zwykłość” – np. poprzez podkreślanie miejsca, z którego mówi nadawca. To kolejny z istotnych, zwracających uwagę zabiegów: celowy dobór miejsca – miejsca niestandardowego jak na spotkanie z głową państwa. Ta formuła wykorzystana została

szczególnie w drugiej części kampanii (po nieodbytych wyborach 10 maja)⁶. Oto kilka przykładów takich implikatur miejsca:

Dzień dobry! Witam państwa bardzo serdecznie. Witam wszystkich internautów. Dzisiaj inaczej niż do tej pory, dlatego, że ten Q&A nie odbywa się w Pałacu Prezydenckim, odbywa się na trasie kampanii prezydenckiej, tym razem na Mazowszu w miejscowości Guzdz, w gminie Guzdz. W zajeździe, w którym zatrzymaliśmy się, żeby właśnie odpowiedzieć na państwa pytania. Także bardzo dziękuję za to, że jesteście państwo teraz ze mną, że będziecie chcieli wysłuchać tych odpowiedzi (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 7.06.2020).

Tydzień później podobna wypowiedź:

Dobry wieczór! Witam państwa bardzo serdecznie na spotkaniu z cyklu Questions & Answers u mnie na Facebooku. Były narzekania, że takie drętwe audycje Andrzej Duda – zawsze z Pałacu Prezydenckiego, ciągle, więc postanowiłem, że teraz będę rozmawiał z państwem i odpowiadał na pytania wszędzie tam, gdzie w danym momencie jestem. A dzisiaj jestem w miejscu, myślę, że większość z państwa by absolutnie nie zgadła, otóż jestem w Goszczu na Dolnym Śląsku. Bo ostatnim punktem mojego dzisiejszego programu były odwiedziny w fabryce mebli Bodzio – jednej z wielkich polskich firm, które w okresie pandemii koronawirusa nie zwolniły żadnego pracownika. Także dzięki pomocy świadczonej przez polskie państwo; poprzez tarczę antykryzysową i bardzo miło mi było spotkać się tutaj i z zarządem – z właścicielami – bo to rodzinna firma, i z załogą. No ale, na samym końcu chcieliśmy zrobić ten Q&A. Ja chciałem odpowiedzieć na pytania i właśnie siedzę na ekspozycji w salonie meblowym przy fabryce i to właśnie jest to miejsce, z którego dzisiaj odpowiadam na państwa pytania (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 12.06.2020) [podkr. A.W.-R.].

6 Termin „nieodbyte wybory” nawiązuje do wydarzeń z 10 maja 2020 r. Data ta, zgodnie z decyzją Marszałek Sejmu Elżbiety Witek ogłoszoną 5 lutego 2020 r., miała być datą pierwszej tury wyborów prezydenckich w RP (ewentualna druga tura została zaplanowana na 24 maja 2020). Z powodu pandemii opozycja oraz obywatele żądali przeniesienia daty wyborów na inny termin. Rząd PiS do samego końca pracował nad przygotowaniem wyborów właśnie na 10 maja. W efekcie protestów, a także sprzeciwu jednego z koalicjantów (Jarosława Gowina), ostatecznie podjęto decyzję o nieobyciu wyborów w tym terminie. W porozumieniu zawartym między partiami Prawo i Sprawiedliwość oraz Porozumienie Jarosława Gowina napisano: „W związku z odrzuceniem przez opozycję wszystkich konstruktywnych propozycji umożliwiających przeprowadzenie tegorocznych wyborów prezydenckich w terminie konstytucyjnym, partie Prawo i Sprawiedliwość oraz Porozumienie Jarosława Gowina przygotowały rozwiązanie, które zagwarantuje Polakom możliwość wzięcia udziału w demokratycznych wyborach”. I dalej: „Po upływie terminu 10 maja 2020 r. oraz przewidywanym stwierdzeniu przez Sąd Najwyższy nieważności wyborów, wobec ich nieodbycia, Marszałek Sejmu RP ogłosi nowe wybory prezydenckie w pierwszym możliwym terminie” (<https://www.gazetaprawna.pl>, 2.09.2020).

I w kolejnych tygodniach:

Dzień dobry! Witam państwa na kolejnym spotkaniu ze mną w cyklu Questions & Answers, czyli pytania i odpowiedzi. Dzisiaj, jak państwo wiecie, jestem w trakcie kampanii wyborczej i rozmawiam z państwem z Kielc. Jestem w tzw. kieleckim okrąglaku. Wszyscy wiedzą, co to jest okrąglak w Kielcach. Znalazłem sobie tutaj takie spokojne i ustronne miejsce, z którego odpowiem państwu dzisiaj na te pytania, które od zeszłego tygodnia zostały tutaj przez państwa u mnie zgromadzone (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 19.06.2020) [podkr. A.W.-R.].

Podczas pobytu w Waszyngtonie:

[...] po konferencji prasowej przybiegłem tutaj szybciotko do rezydencji polskiego ambasadora w Stanach Zjednoczonych, właśnie w Waszyngtonie, po to, żeby odpowiedzieć na państwa pytania, tyle ile dam radę, niestety czasu jest mało, więc będzie krócej niż zwykle (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 25.06.2020) [podkr. A.W.-R.].

Po powrocie do Polski:

Dobry wieczór, witam państwa na moim Facebooku, na kolejnym spotkaniu z cyklu Questions & Answers. Jesteśmy w trakcie kampanii, wieczór się już zrobił, a my w Wałbrzychu i właśnie z Wałbrzycha dzisiaj łączę się z państwem, po to, żeby odpowiedzieć na kilkanaście pytań z tych, które państwo zgłosiliście (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 3.07.2020).

I w kolejnym spotkaniu:

Dzień dobry państwu! Witam bardzo serdecznie wszystkich internautów dzisiaj z biblioteki w Pałacu Prezydenckim. Książki, które widać za mną są prawdziwe, były zbierane przez Prezydentów dotychczasowych, od czasów pana prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego, odkąd ta biblioteka tutaj powstała (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 28.05.2020).

Drugim zabiegiem w kreowaniu portretu perswadora było informowanie o sobie i o swoich sukcesach – tzw. dobrym dniu w wykonywanej pracy. Wyraźnie pojawia się tu koncentracja na osobie mówiącego, a nie na całym zespole, jak to miało miejsce w powyższych przykładach.

Dzień dobry! Bardzo mi jest miło powitać państwa w czwartek 23 kwietnia na kolejnym spotkaniu w formule Q&A, czyli Questions & Answers, ze mną na Facebooku. Bardzo mi jest miło, że zechcieliście państwo tutaj przyjść do mnie [...] na moje forum społecznościowe po to, żeby wysłuchać moich odpowiedzi na pytania internautów. Ale może na wstępie powiem, że mam

dzisiaj dwa dobre komunikaty z dzisiejszego dnia, z prac, które dzisiaj prowadziliśmy. Miałem dzisiaj spotkanie z panem premierem Mateuszem Morawieckim. Rozmawiałem dzisiaj również z panem wicepremierem Piotrem Glińskim Ministrem Kultury i Dziedzictwa Narodowego (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 23.04.2020).

I podczas innego spotkania:

Moi Kochani, cieszę się, że zdążyłem na ten nasz Q&A dzisiejszy. Przepraszam za lekkie spóźnienie, ale muszę Wam powiedzieć, że miałem dzisiaj bardzo miłą i bardzo interesującą wyprawę, dlatego, że odwiedziłem m.in. miasto Piątek, które znajduje się dokładnie [...] w centrum Polski. To jest geograficzne centrum naszego kraju. To jest prawie że także geograficzne centrum Europy – patrząc na całą Europę, a nie tylko na Zjednoczoną Europę, czyli Unię Europejską. [...] I tam miałem bardzo przyjemną, uroczystą sesję Rady Miasta z okazji 30-lecia Samorządu Terytorialnego. Więc pozdrawiam jeszcze raz wszystkich samorządowców z Piątku i pozdrawiam wszystkich mieszkańców, z którymi dzisiaj miałem wielką przyjemność się spotkać. Ale potem, potem proszę państwa, udałem się do miejsca, które ma dla mnie swoją niezwykłą magię, a mianowicie odwiedziłem gospodarstwo rolne (najpierw), w którym państwo hodują drzewa i krzewy ozdobne, żeby zapytać, jak wygląda sytuacja w polskim rolnictwie, jak wygląda sytuacja z suszą i to było po drodze do punktu, który był moim drugim zasadniczym celem. Tym celem było właśnie magiczne, jak powiedziałem, miejsce, a mianowicie archikolegiata w Tumie. [PAD pokazuje album poświęcony omawianemu miejscu – uzup. AWR] [...] Miejsce niesamowite, to jest jeden z najpiękniejszych i najwspanialszych zabytków w Polsce. Romańska Kolegiata, potężna, wielka, która jest zbudowana praktycznie rzecz biorąc w szczerym polu (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 28.05.2020).

Do lekkich w tonie powitań należało także spotkanie z 7 czerwca. Podczas formuły powitania prezydent tłumaczył również zastosowanie mikrofonu z osłoną przeciwwietrzną:

[...] być może wielu z państwa intryguje – co ja tutaj mam? – to nie jest żaden fikuśny ogonek króliczka, tylko to jest mikrofon razem z zabezpieczeniem, bo jest wiatr i powiedziano mi, że jeżeli nie będzie tego zabezpieczenia, to jest niebezpieczeństwo, że będzie wiatr szumiał, szumiał państwu w głośnikach, więc proszę się nie martwić, to nie żadna ozdóbka, to jest po prostu mikrofon (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 7.06.2020).

Oprócz formuły powitań, jak zostało podkreślone we wstępie, w omawianym materiale moją uwagę przykuły tzw. pytania otwarcia, czyli takie, które wybierano podczas kolejnych spotkań jako pierwsze, na które udzieli odpowiedzi prezydent RP Andrzej Duda. Odsłaniają one bowiem prawdziwy cel nadawcy, czyli to, o czym

perswador chce opowiadać. Wybór tych pytań jest również elementem implikatury konwersacyjnej, szczególnie w aspekcie kreowania portretu perswadora. Jako pytanie otwarcia w zasadzie nie dobierano pytań dotyczących bieżącej sytuacji politycznej, epidemicznej, społecznej. Prezydent oczywiście odnosił się do tych kwestii, ale już w toku samej audycji. Najczęściej owe pierwsze pytania dotyczyły osoby samego perswadora, jego samopoczucia, zwyczajów, przyzwyczajień.

Pierwsze pytanie, które padło w tej formule, brzmiało:

Przed wszystkim widzę, że pan Robert pyta mnie: Pytanie najważniejsze... jak się Pan czuje?

– PAD: Jestem zdrowy, jeżeli o to chodzi. Natomiast sytuacja nie jest łatwa, jest bardzo napięta i zajmujemy się bardzo poważnymi sprawami, w związku z powyższym (no) nie mogę powiedzieć, że jestem wyluzowany, nie mogę też powiedzieć, że jestem wypoczęty. No jest to takie duże spięcie i duża adrenalina, natomiast jeżeli chodzi o zdrowie, to jest OK! (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 23.03.2020).

W przypadku tej odpowiedzi tylko jej ostatnia część podkreśla powagę sytuacji:

Prowadzimy rzecz bardzo ważną, taką jakiej, z jaką nigdy nie miałem jeszcze do czynienia w życiu. I to jest godzina dla mnie również jako człowieka, jako polityka, wielkiej próby. Czy podołamy temu zadaniu? Czy ja podołam temu zadaniu, czy nie? Na razie wszyscy bardzo dobrze pracują i dają z siebie wszystko i jakoś sobie, jak widzicie, radzimy. Natomiast jest to trudna sytuacja i bardzo Was proszę o wiele, wiele odpowiedzialności teraz (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 23.03.2020).

Kolejne pierwsze pytania miały za zadanie zbudować odpowiedni wizerunek perswadora. Oto kilka przykładów:

– Pan Karol: Jakie sposoby ma Pan Prezydent na nudę w trakcie kwarantanny?

– PAD: [Hmmm]. Panie Karolu, po pierwsze, formalnie, ja nie jestem w trakcie kwarantanny, ponieważ nie miałem styczności z żadną osobą, która byłaby zarażona wirusem. [...] Staram się zachować zasadę „zostań w domu”. [...] Jakie mam sposoby na nudę? Ja tutaj nie bardzo mam czas na nudę. Muszę powiedzieć, że mam naprawdę bardzo dużo pracy. Innej niż była do niedawna jeszcze. Trochę się pod tym względem zmieniło, ale tej pracy jest sporo. Konsultacji różnego rodzaju, dyskusji, rozmów międzynarodowych. Także dużo się dzieje i nie narzekam na brak zajęć. Rzadko mi się zdarza, żebym miał czas poczytać książkę, czasem trochę się udaje poczytać w weekend, ale tak w ciągu tygodnia, to naprawdę nie bardzo (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 30.03.2020).

I podczas innych spotkań, w trakcie których prezydent inicjował kontakty bilateralne z elektoratem:

- Pan Michał: Panie Prezydencie, czy po kwarantannie wpadnie Pan do mnie na grilla, na karkówkę?
- PAD: Widzę, że pierwsze pytanie bardzo takie, no powiedziałbym, lekko zaczynamy... Panie Michale po pierwsze nie wiem, czy pan jest na kwarantannie, ja nie, nie mam sytuacji takiej, żebym zetknął się z osobą chorą, nie jestem poddany kwarantannie, ale wszyscy jesteśmy poddani pewnym ograniczeniom wynikającym z przepisów, które obowiązują nas w tym okresie epidemicznym. I rzeczywiście, (no) na razie nie możemy się spotkać z całą pewnością na grilla. Na karkówkę pan może się spotkać ze swoimi najbliższymi, (no) ale nie ze mną. Natomiast ja bym z przyjemnością spotkał się z panem na grilla i mam nadzieję, że rzeczywiście, kiedy ten stan epidemiczny minie, kiedy te okowy, które nas dzisiaj wszystkich obowiązują, zostaną rozluźnione, kiedy już nie będziemy musieli apelować do siebie nawzajem „zostań w domu”. To że będzie się można na tę karkówkę i na tego grilla spotkać. Rozumiem, że pan na karkówkę zaprasza, a ja (no) mam do tej karkówki dostarczyć jakieś napoje chmielowe – ale to da się zrobić spokojnie (śmiech). [...] Także bardzo dziękuję za zaproszenie. Przyjmuję! (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 29.04.2020) [podkr. A.W.-R.].

Lub:

- Pan Marcin: Ostatnio był światowy dzień pszczół, a że pszczelarstwo to moje hobby, to proszę zdradzić, jaki jest Pana i Pana rodziny ulubiony miód? Czy po tym całym zamieszaniu z koronawirusem odwiedzi Pan moją pasiekę? Oraz czy mogę Panu sprezentować słoiczek miodu. Pozdrawiam i życzę zdrowia dla Pana i Pana rodziny.
- PAD: Panie Marcinie, wiem, że ostatnio był światowy dzień pszczół i muszę powiedzieć, że nawet właśnie pszczelarze wczoraj pod Tarnowem pokazywali mi swoją piękną pasiekę i nawet włożyłem strój pszczelarski, bo otwierali przy mnie ul i żeby mnie zabezpieczyć, to włożyli mi strój pszczelarski, więc rzeczywiście miałem możliwość zobaczyć do wnętrza ula, co było niezwykle ciekawym doświadczeniem, bo to pierwszy raz mi się w życiu zdarzyło. Natomiast ja najbardziej lubię miód lipowy i bardzo też lubię miód spadziowy, ale ze spadzi iglastej. Więc jeżeli tylko zechciałby pan mi przesłać słoiczek miodu (choć z tym będzie problem, bo [...] niestety te przesyłki zwykle do mnie nie docierają, zatrzymuje je tutaj ochrona. Nie docierają bezpośrednio do mnie (no) niestety, tak to w praktyce wygląda). Ale gdyby nam się rzeczywiście udało spotkać, kiedy już ten nieszczęsny koronawirus minie, to wtedy z przyjemnością przyjmę jakiś malutki miodzik do spróbowania, żeby zobaczyć, jak smakują wyroby pańskich pszczół. Także bardzo, bardzo serdecznie dziękuję też za pozdrowienia dla całej rodziny. I wzajemne pozdrowienia dla pana i najbliższych (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 28.05.2020) [podkr. A.W.-R.].

Cztery z „pierwszych pytań” podczas spotkań Q&A przenosiły widzów w rzeczywistość toczących się wyborów politycznych:

- Pan Robert: Przedwyborcze sondaże mówią o drugiej turze wyborów. Czy to Pana niepokoi? Z kim chciałby Pan się zmierzyć w drugiej turze?
- PAD: (śmiech) Ja powiem tak. Po pierwsze jak już wielokrotnie mówiłem, wszystkie sondaże traktuję z przymrużeniem oka. Dlatego, że już za dużo widziałem takich, które kompletnie nie miały nic wspólnego z rzeczywistością. Sondażem prawdziwym są wybory i to jest ostateczna decyzja i wola wyborców, w związku z powyższym, tak jak mówię, ja nie zwracam uwagi na sondaże. A jeżeli jest pytanie o drugą turę, to najbardziej chciałbym żeby jej nie było – po prostu (śmiech) (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 7.06.2020).

I w kolejnym tygodniu:

- Pani Paulina: Dzień dobry Panie Prezydencie! Cała rodzina trzyma kciuki, życzymy powodzenia.
- PAD: Bardzo dziękuję, bardzo serdecznie Paulino, całą rodzinę pozdrawiam i zapewniam, że będę czynił wszystko, co w mojej mocy, żeby to powodzenie było! (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 12.06.2020).

Wizyta w Stanach Zjednoczonych również stała się pretekstem, aby zwrócić się do Polonii o polityczne poparcie kandydata. Tydzień przed tym spotkaniem podczas Q&A Andrzej Duda zainicjował taką rozmowę: „A tu jest takie pytanie zaległe...”.

- Pan Daniel: Jak widzi pan rolę Polonii w stosunku do państwa polskiego i odwrotnie.
- PAD: Panie Danielu – bardzo poważnie ją widzę, dlatego, że Polonia reprezentuje nas w krajach, w których żyją Polacy, bardzo często mieszkający tam od dziesięcioleci, a niektórzy w ogóle urodzili się już poza granicami i w związku z tym są absolutną częścią tamtych społeczeństw. Reprezentują nas – jeżeli pamiętają o swojej Ojczyźnie, jeżeli czują mimo tego oddalenia cały czas miłość do Polski – jeżeli czują się, krótko mówiąc, Polakami, są naszymi reprezentantami i bardzo często mogą zrobić dla Polski wiele dobrego i czynią wiele dobrego, że choćby przypomnę wielki wkład Polonii, zwłaszcza Polonii amerykańskiej, w to, abyśmy zostali przyjęci do Sojuszu Północnoatlantyckiego. To właśnie Polonia amerykańska wtedy zabiegała o to. Wielki wkład Polonii w pomoc Polakom – tutaj w Ojczyźnie, w czasach kiedy byliśmy jeszcze pod komunistycznym zniewoleniem – więc wiele dobrego Polonia zrobiła dla Polski i dla Polaków. [...] Muszę powiedzieć, że ogromnie liczę na młode pokolenia Polonii i Polaków poza granicami. Tych, którzy wykształcili się bardzo często na świetnych zagranicznych uczelniach, tych, którzy dzisiaj zajmują bardzo eksponowane stanowiska w polityce, w biznesie, w różnych miejscach, którzy docierają na szczyty w wielkich światowych korporacjach, że właśnie będą pamiętali o swojej ojczyźnie i kiedy będą zapadały decyzje w ich firmach, co do tego gdzie na świecie lokować inwestycje, to będą pamiętali o Polsce i będą mówili, a może w Polsce. (...) Bo powtarzam jeszcze raz [...] Najważniejsza dla mnie jest ta rola właśnie Polaków i przedstawicieli Polonii

jako ambasadorów, jako tych również, którzy naszemu krajowi wystawiają świadectwo, jako też tych, których zawsze proszę, by pamiętali o swoich rodakach i jeżeli gdzieś poza granicami ktoś znajdzie się w potrzebie, to żeby mógł liczyć nie tylko na polskie służby dyplomatyczne, nie tylko na polskie służby konsularne czy ambasadora, ale żeby mógł liczyć także na mieszkających tam Polaków, którzy w razie czego wyciągną do niego pomocną dłoń. Tak bym chciał, żeby wyglądała ta relacja pomiędzy Polską a Polakami i Polonią poza granicami (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 19.06.2020).

I już w trakcie wizyty w Waszyngtonie:

- Pan Andrzej: USA wita serdecznie polskiego Pana Prezydenta!
- PAD: Panie Andrzeju, bardzo serdecznie dziękuję za to miłe przywitanie i bardzo w ogóle dziękuję za tą atmosferę, którą państwo tutaj stwarzacie, bo w wielu miejscach dzisiaj widziałem, byli moi rodacy z biało-czerwonymi sztandarami i witali mnie i machali, pozdrawiali, więc też bardzo serdecznie wszystkich pozdrawiam i dziękuję za ten polski akcent. Dzisiaj, kiedy jechałem do Białego Domu i kiedy wracałem... Dziękuję bardzo! (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 25.06.2020).

Pomocne w działaniach wizerunkowych w obszarze rywalizacji wyborczej były pytania o przyszłość programu 500+:

- Pani Magdalena: Panie Prezydencie, co z 500+? Czy w związku z naszą coraz trudniejszą sytuacją ekonomiczną będą jakieś problemy z tym programem? Słyszę wiele plotek i już nie wiem, co jest prawdą. Dziękuję za (ewentualną) odpowiedź.
- PAD: Pani Magdaleno, (no...) odpowiedź nie ewentualna, tylko realna, nic nie wiem o tym, żeby było jakiegokolwiek zagrożenie dla programu 500+, co więcej, pytałem o to kilka dni temu pana premiera, ponieważ rzeczywiście program 500+ to jest coś, na czym ogromnie mi zależy. Sama ta idea, to miało być wsparcie dla polskich rodzin wychowujących dzieci, od samego początku, to miało być wzmocnienie sytuacji ekonomicznej polskich rodzin i kiedy dzisiaj sytuacja stała się kryzysowa, zarówno w sensie tym epidemicznym, ale przede wszystkim także niestety i w sensie ekonomicznym, to 500+ jako gwarancja tego, że pieniądze dla rodzin będą, jest dla mnie jednym z elementów absolutnie fundamentalnych. I chcę zapewnić, że 500+ będzie wypłacane. To jest ważne, o tyle, że to są pieniądze, które rzeczywiście bez żadnych ogniwi z zasadzie pośrednich trafiają wprost do polskich rodzin, wprost do budżetów rodzinnych i w sytuacji niepewności na rynku pracy i w sytuacji niepewności także na rynku biznesowym, gospodarczym, no te pieniądze mają znaczenie fundamentalne. Chciałbym, żebyście wszyscy państwo byli pewni, że te pieniądze, tak jak do tej pory, tak dalej będą do państwa trafiały i będą stanowiły (mam nadzieję) ten fundament państwa rodzinnych budżetów. Także to wsparcie dla rodzin będzie, absolutnie nie ma żadnych planów, czy to jego ograniczenia, czy to rezygnacji – nie daj Panie Boże – dalej 500+ będzie realizowane. Podobnie jak zresztą realizowana jest w tej

chwili „13. emerytura”, którą też obiecywaliśmy i która jest w budżecie i która jest w tej chwili wypłacana. Także zapewniam państwa, że nic z tego nie zniknie i te świadczenia nadal będą od tej strony rodziny, przede wszystkim rodziny wychowujące dzieci, ale także emeryci, renciści mogą być spokojni (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 17.04.2020).

I drugie nawiązanie:

- Pan Mikołaj: Panie Prezydencie, czy rzeczywiście nic nie zagraża wypłatom z programu 500+? A jeżeli nie będzie innej możliwości ratowania budżetu, jak obcinanie wydatków socjalnych?
- PAD: Panie Mikołaju, proszę się nic nie martwić, nic nie zagraża wypłatom z programu 500+. Mało, powiedziałem w ostatnim czasie jasno i wyraźnie, nigdy się nie zgodzę, jeżeli nadal będę w Polsce pełnił urząd Prezydenta, w naszym kraju, jeżeli taką będzie decyzja moich rodaków w wyborach, na to aby została przyjęta i przeprowadzona przez całą procedurę legislacyjną ustawa, która to 500+ będzie odbierała. Ja po prostu takiej ustawy nie podpiszę. Możecie państwo być spokojni. Dzisiaj program 500+ nie tylko ma ogromne znaczenie dla polskiej gospodarki, bo to są po prostu pieniądze, które trafiają na rynek, to są pieniądze, które trafiają do przedsiębiorców, to są pieniądze, które wzmagają konsumpcję, trafiając bezpośrednio do rodzinnych budżetów [...]. Te pieniądze, które bezpośrednio trafiają do rodzin wychowujących dzieci, mają ogromne znaczenie dla pewności utrzymania się, dla bezpieczeństwa socjalnego tych rodzin i jakiegokolwiek ich odebranie dzisiaj uważam byłoby zbrodnią i absolutnie się na to nie zgodzę, więc może pan, panie Mikołaju, być spokojnym (Q&A Andrzej Duda, Facebook, 23.04.2020).

Te przykłady można naturalnie mnożyć. Oczywiście podczas spotkań Prezydent odpowiadał także na pytania dotyczące polityki, sytuacji pandemicznej, gospodarczej, jednak daje się zauważyć, że pytań o prywatną sferę życia Prezydenta, jego zwyczaje, przyzwyczajenia, upodobania, było znacznie więcej. Wyraźnie zatem widoczna jest tu chęć ulokowania perswadora w sferze prywatnej, a nie publicznej. Konsekwentnie podtrzymywano w większym stopniu obraz sympatycznego sąsiada niż głowy wielomilionowego państwa.

Wnioski

Bezsprzecznie należy stwierdzić, że przesłanką powstania materiałów Q&A emitowanych w kampanii wyborczej Andrzeja Dudy była realizacja założeń tzw. ideacyjnego i interakcyjnego celu komunikowania (Awdiejew 1991). Uściślając odpowiedzi na zadane w trakcie analizy pytania, należy stwierdzić, że celem zabiegów komunikacyjnych na poziomie ideacyjnym jest obrazowanie świata, czyli przekazanie informacji o rzeczywistości realnej lub powstającej w wyobrażeniu mówiącego. Na nim powstają informacje, które John Searl określił jako *proposition*. Natomiast

drugi z poziomów (integracyjny) zawiera komponent pragmatyczny, określający stosunek mówiącego do świata przedstawionego, a przede wszystkim do osób uczestniczących w komunikacji (Habrajska 2005, s. 109). Programy były integralną częścią kampanii wyborczej. W jakimś sensie ją odzwierciedlały, np. poprzez dokładną charakterystykę miejsc, w których znajdował się Andrzej Duda.

W wystąpieniach Andrzeja Dudy widać wykorzystanie pięciu aktów mowy. Były to: asercje (przedstawia sądy, przypuszczenia, wątpliwości), dyrektywy (ich celem było wywarcie nacisku na odbiorców lub skłonienie ich do działania – ponowny wybór na fotel prezydenta – były to różnego rodzaju prośby, pozwolenia), komisyy, czyli widoczne podejmowanie przez mówiącego względem adresata zobowiązań do działania i odpowiedzialności za nie (obietnice, zobowiązania), ekspertywy, za pomocą których kandydat Andrzej Duda mówił o swoich emocjach, oraz deklaratywy, których użycie pozwalało na wywołanie określonych stanów rzeczy w stosunkach społecznych (Zdunkiewicz 2001, s. 275–276).

Jako przekaz perswazyjny spotkania w formule Q&A spełniły funkcję integracyjną, oddziaływały na postawy odbiorców, którzy są członkami określonej grupy. Miały wpływ na procesy socjalizacyjne jednostek (przede wszystkim wystąpienie do Polonii w USA), przyswajania kultury własnego narodu (szereg informacji o miastach i zabytkach), które podczas kampanii odwiedził perswador, oraz przyswajanie ideałów moralnych – widoczne szczególnie w swobodnych wypowiedziach Andrzeja Dudy wygłaszanych w formule powitań (Habrajska 2005, s. 109).

Analizowane programy, jako komunikaty performatywne, są także przykładem przygotowywania odbiorców do tzw. perswazji właściwej – stanowiły tzw. perswazję zewnętrzną. Jak podkreśla Grażyna Habrajska, przed przystąpieniem do perswazji właściwej niezbędne jest przygotowanie do niej odbiorców. W tym celu konieczne jest określenie grupy perswazyjnej (stąd dobór odpowiedniego medium – Facebooka – ale też korekta w sposobie komunikowania się z odbiorcami po sprawdzeniu przedziału wiekowego zainteresowanej, uczestniczącej grupy. Było to widoczne w zmianie zwrotów adresatywnych stosownych przez nadawcę w formule powitań. Dzięki temu nadawca pozyskał informacje, jaką wiedzą o obiekcie perswazji dysponuje odbiorca i jaki jest jego emocjonalny stosunek do tegoż obiektu (Habrajska 2005, s. 110). Określenie grupy perswazyjnej pozwoliło nadawcy na podjęcie próby zbudowania więzi z odbiorcą. Widoczne są tu trzy kierunki: kreowania dyspozycji odbiorcy, przygotowania emocjonalnego i kreowania wizerunku nadawcy – perswadora. Kreowanie dyspozycji odbiorcy do przyjęcia perswazji widoczne jest w zgromadzonym materiale we wskazywaniu możliwości uzyskania korzyści lub poniesienia strat. W aspekcie przygotowania emocjonalnego dostrzegalna była chęć wywołania określonych silnych emocji – radości, wściekłości. W wypowiedziach Andrzeja Dudy pojawiły się emocje negatywne, jak deprecjonowanie, wywoływanie poczucia lęku, oraz pozytywne, jak komplementowanie, podkreślanie ważności kontaktu (budowanie funkcji fatycznej, ponawianie zaproszeń). Pozytywną emocją było również wywołanie stanu zadowolenia, rozbawienia. Taka emocja – jak podkreśla Habrajska – „zwiększa tolerancję, a co za tym idzie zwiększa akceptowalność

przesłanek i konkluzji” (Habrajska 2005, s. 112). Dlatego między innymi Prezydent wybierał niestandardowe miejsca dla swoich spotkań z elektoratem.

Ostatnim elementem o charakterze perswazji zewnętrznej obecnym w materiałach Q&A był nakreślony wcześniej i utrzymany w analizowanym kanale komunikacji wizerunek perswadora. W tym aspekcie największy nacisk położony był na podkreślenie doświadczenia, pozycji i kompetencji Andrzeja Dudy. Bazowano na szacunku do niego jako głowy państwa. Sam perswador przekonywał o swojej skuteczności i zaangażowaniu w bieżącą politykę. Programy Q&A bezsprzecznie posłużyły do nawiązania kooperacji i zbudowania silnej, emocjonalnej więzi – Ja-Ty. Dlatego tak często Prezydent w swoich odpowiedziach utożsamiał się z postawami odbiorców i eksponował taką postawę, do której odbiorca mógł się przyłączyć – rozmowy o ulubionych filmach, muzyce, programach na YouTubie itd.

Należy podkreślić, że bezpośrednim celem sesji Q&A była realizacja funkcji angażująco-mobilizującej (Adamik-Szysiak 2018, s. 321). Tego typu mobilizacja zakłada wykorzystanie użytkowników sieci do dalszej promocji kandydata, aktywizację zdobytych już zwolenników oraz przekazanie części kompetencji najaktywniejszym zwolennikom, tak by wpływali realnie na kształt kampanii, promując kandydata np. w sieci (Stoppel 2020, s. 295–296). Anna Stoppel zwraca uwagę na podwójną naturę takiej e-mobilizacji za pośrednictwem nowych mediów: po pierwsze funkcjonują one jako narzędzie komunikacji, a po drugie stanowią nowe środowisko działania sztabów wyborczych. Jest ona obliczona nie tyle na działania, które są projektowane w sieci, ale na skutki, które wywołała w środowisku *offline*, wykorzystując entuzjazm obywateli oraz ich umiejętności do konstruowania lub dekonstruowania treści o charakterze politycznym. Właśnie do takiego działania przyczyniły się zrealizowane przez sztab Andrzeja Dudy spotkania Q&A i wydaje się, że na tle innych stosujących taką formułę konwersacyjną, przyniosły perswadorowi zamierzony sukces.

Bibliografia

- Adamik-Szysiak M. (2018). Strategie komunikowania podmiotów politycznych w Polsce w mediach społecznościowych. Lublin.
- Awdiejew A. (1991). Model gramatyki komunikacyjnej (projekt badawczy). W: B. Dunaj, K. Ożóg (red.). *Studia nad polszczyzną mówioną* Krakowa (s. 7–38). Kraków.
- Awdiejew A. (2005). Strategie konwersacyjne. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica*, nr 7, s. 127–150.
- Bartmiński J. (red.) (1993). *Encyklopedia Kultury Polskiej XX wieku*, t. 2. Wrocław.
- Goban-Klas T. (2004). Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu. Warszawa.
- Habrajska G. (2005). Nakłanianie, perswazja, manipulacja językowa. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica*, nr 7, s. 92–126.
- Lakomy M. (2013). *Demokracja 2.0. Interakcja polityczna w nowych mediach*. Kraków.
- Lakomy M., Porębski L., Szybut N. (2014). *Polityka 2.0. Aktorzy polityczni w świecie nowych technologii*. Kraków.

- SN ogłosi nieważność wyborów, które się... nie odbyły. Co oznacza nowy plan Kaczyńskiego i Gowina (2020). [<https://www.gazetaprawna.pl/artykuly/1474941,wybory-prezydenckie-2020-10-maja-nie-odbeda-sie.html>; 2.09.2020].
- Stoppel A. (2020). Nowe media w polityce. Poznań.
- Walecka-Rynduch A. (2019). MediaEgo w MediaPolis. W stronę nowego paradygmatu komunikowania politycznego. Kraków.
- Walecka-Rynduch A. (2018). MediaEgo w MediaPolis. Figura autorytetu jako element kształtujący wizerunek „nowych polityków”, na przykładzie facebookowych filmów Andrzeja Dudy. W: A. Stępińska, E. Jurga-Wosik, B. Secler (red.). Oblicza współczesnej komunikacji (s. 193–209). Poznań.
- Wikło M. (2021). Operacja Duda 2020. Tajemnice kampanii. Warszawa.
- Vladimir Putin’s Q&A marathon in pictures [<https://tass.com/politics/1064832>; 2.09.2020].
- Zdunkiewicz D. (2001). Akty mowy. W: J. Bartmiński (red.). Współczesny język polski (s. 259–270). Lublin.
- Зеленский побил рекорд Путина по длительности пресс-конференции [Zielenskiy pobil rekord Putina po dlitelnosti priess-konfierencii] (2019) [<https://www.bbc.com/russian/media-50006920>; 2.09.2020].
- Париж, мир, Приват: о чем написали СМИ после марафона Зеленского [Pariż, mir, Priwat: o czym napisali SMI posle marafona Zielenskogo] (2019). [<https://news.liga.net/politics/news/parij-mir-privat-o-chem-napisali-smi-posle-marafona-zelenskogo?fbclid=IwAR2zz-vU2R1e-iyBQTVdt7QeUHqu-yvsUaZzyx52oUnd8th0QXkbTQmHWKI>; 2.09.2021].

Programy Q&A (dostępne na: <https://www.facebook.com/page/160906857259563/search/?q=Q%26A>)

Data dostępu jest zgodna z datą emisji:

- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 23.03.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 30.03.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 6.04.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 17.04.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 23.04.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 29.04.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 8.05.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 14.05.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 21.05.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 28.05.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 7.06.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 12.06.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 19.06.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 25.06.2020.
- Q&A Andrzej Duda, Facebook, 3.07.2020.

STRESZCZENIE

Przedmiotem artykułu jest analiza ciekawego zjawiska komunikowania medialnego realizowanego w ramach formuły Q&A – „pytania i odpowiedzi”. Ta formuła kontaktu z elektoratem, popularna wśród polityków, w szczególności sposób wśród polityków demokracji wschodnioeuropejskich, stała się również domeną polskiego prezydenta Andrzeja Dudy podczas ostatniej rywalizacji wyborczej w 2020 roku. Analizie jakościowej poddane zostały programy emitowane na oficjalnym profilu PAD na portalu społecznościowym Facebook od 23 marca do 3 lipca 2020 roku. Łącznie jest to 15 filmów, z których każdy (z jednym wyjątkiem) trwa około 90 minut. Autorka będzie starała się scharakteryzować ten kanał perswazyjnych komunikatów, jak również wskazać na ich rolę we współczesnym dyskursie medialnym.

Słowa kluczowe: Q&A, komunikowanie polityczne, kreowanie wizerunku polityków

