

Recenzja z pracy doktorskiej
mgr Zofii Leszczyńskiej
Obrazy demokracji. Polskie plakaty wyborcze z lat 1989-2015
napisanej pod kierunkiem
dr. hab. Marcina Napiórkowskiego

Rozprawa mgr Zofii Leszczyńskiej podejmuje tematykę na styku kulturoznawstwa, nauk społecznych i historiografii. Jej zakres chronologiczny obejmuje 26 lat i trzy odrębne okresy historyczne – koniec komunizmu w Polsce, lata transformacji demokratycznej i czas demokracji skonsolidowanej. Praca nad zarysowanym w tytule tematem wymagała więc zastosowania różnorodnych metod badawczych, znajomości historii najnowszej Polski i podejścia multidyscyplinarnego. Próba ta została w mojej ocenie uwieńczona powodzeniem. Konstrukcja pracy zbudowana jest na dwóch filarach. W pierwszym, obejmującym wstęp i trzy początkowe rozdziały autorka wyjaśnia przedmiot i zakres swoich badań, przedstawia specyfikę plakatu wyborczego i jego analizy, definiuje społeczne funkcje plakatów wyborczych. Na drugi filar pracy składają się następujące cztery rozdziały. Rozdział czwarty opisuje rolę plakatów w wyjątkowej pod wieloma względami kampanii przed wyborami w czerwcu 1989 r. Rozdziały piąty, szósty i siódmy analizują wybrane elementy/cechy plakatów – symbole polskości, czas i obrazy płci – we wszystkich kampaniach III Rzeczypospolitej aż do 2015 r. Struktura rozprawy jest podporządkowana ujęciu problemowemu, co należy uznać za uzasadnione ze względu na specyfikę tematu. Jej ważną częścią są pieczołowicie dobrane ilustracje, pochodzące częściowo ze zbiorów własnych autorki. Bibliografia obejmuje, obok dobrze dobranej literatury, źródła prasowe oraz sporządzone przez autorkę relacje. Mgr Zofia Leszczyńska deklaruje, że celem jej pracy jest analiza plakatów widzianych jako „demokratyczne imaginarium”, które pod warstwą graficzną niesie ze sobą „warstwy ideologii, mitów i wielkich narracji”. Owa głębsza treść plakatowej autoprezentacji sił politycznych i poszczególnych kandydatów istnieje niezależnie od wartości artystycznej dzieła graficznego jakim jest plakat, toteż autorka słusznie nie wdaje się w oceny estetyczne. Jej zdaniem, na odróżnienie plakatu wyborczego od innego rodzaju komunikatów graficznych pozwalają trzy kryteria: 1/ sporządzenie go dla celów kampanii wyborczej, 2/ jego materialność, 3/ wytwarzany przez niego „przymus patrzenia” (innymi słowy – publiczna ekspozycja). Tak dobrane kryteria pozwalają zawęzić obszar badawczy, wyłączając z niego plakaty polityczne nie służące bezpośrednio celom wyborczym, wyborczą grafikę polityczną w internecie – istniejącą tylko w wersji cyfrowej oraz ulotki i inne druki kolportowane indywidualnie – adresowane do poszczególnego wyborcy, a nie do jakiejś ich grupy. Możliwe są inne definicje plakatu wyborczego, ale dla celów recenzowanej rozprawy to podejście można uznać za uzasadnione.

Autorka poddaje analizie zarówno znaki i symbole graficzne obecne na plakatach, jak ich język. Zwraca uwagę, że ów „tekst wyborczy” podlegał ewolucji wraz ze zmianami zachodzącymi w demokratycznym życiu publicznym. Od odwołań do najszerzej wspólnoty narodowej, której desygnatem była odmieniana w 1989 r. przez wszystkie przypadki „Polska”, poprzez wyodrębnienie stanowisk poszczególnych sił politycznych reprezentujących konkretne wartości i wskazywanie ich wroga, do komunikatów maksymalnie ogólnych, nastawionych na pozyskanie jak najszerzego poparcia dla haseł,

które trudno zakwestionować. Praca obejmuje kampanie wyborcze do 2015 r., ale warto zauważyć, że ostatnia kampania parlamentarna potwierdziła tę obserwację. Prawo i Sprawiedliwość startowało w niej pod hasłem „Dobry czas dla Polski”, Koalicja Obywatelska zapewniała, że „Jutro może być lepsze”, a Lewica podkreślała, iż „Łączy nas przyszłość”. W swojej pracy Zofia Leszczyńska obnaża niektóre kampanijne legendy dotyczące skuteczności broni politycznej, jaką były plakaty wyborcze. Między innymi wspomina o słynnych zdjęciach kandydatów Komitetu Obywatelskiego „Solidarność” z Lechem Wałęsą, które miały w poważnym stopniu przyczynić się do zwycięstwa obozu solidarnościowego w wyborach czerwcowych 1989 roku. Koronnym argumentem na rzecz ich skuteczności jest opowieść o tym, że jedyny kandydat „S”, który nie zrobił sobie portretu z Wałęsą – Piotr Baumgart – przegrał wybory. Autorka powołując się na badania Adama Cherka dowodzi, że ta legenda nie ma nic wspólnego z historyczną prawdą. Baumgart bowiem miał zdjęcie z przewodniczącym Solidarności i mimo to przegrał. Natomiast fotografii z liderem nie miało 22 dwóch innych kandydatów „S” a mimo to wygrali wybory. Ów celny przykład niezgodności mitów z historyczną rzeczywistością autorka, nie wiedząc czemu, przywołuje w pracy aż czterokrotnie – na s. 30, 55, 106 i 113.

Powstały w 1989 r. wzór plakatu przedstawiającego kandydata w towarzystwie znacznie lepiej rozpoznawalnego przywódcy był zastosowany także w innych kampaniach wyborczych. Autorka o tym krótko wspomina jedynie w rozdziale o roli płci, zauważając, że przywódcą dodającym blasku jest niemal zawsze polityk-mężczyzna. Np. w kampanii Nowoczesnej w 2015 r. działaczom tej partii towarzyszył Ryszard Petru (co widać na plakacie reprodukowanym na s. 171). Z kolei w kampanii 2019 r., której recenzowana praca nie obejmuje, kandydaci Solidarnej Polski prezentowali wspólne fotografie z liderem tego ugrupowania Zbigniewem Ziobro lub eurodeputowanym Patrykiem Jakim, znanym przede wszystkim z kandydowania na prezydenta Warszawy.

Rozprawa napisana jest komunikatywnym, klarownym językiem, w którym nie nadużywa się specjalistycznej terminologii (choć zdarzają językowe dziwolągi jak „prezentyścienna orientacja temporalna” – s. 111, lub „aspekty temporalne i temperamentalne”, s. 124). Inną kwestią jest adekwatność niektórych określeń wydarzeń czy procesów historycznych.

Wybory do Sejmu i Senatu w czerwcu 1989 r. autorka przedstawia w pracy wielokrotnie jako „wybory kontraktowe”, powielając tym samym, być może nieświadomie, pewien typ narracji politycznej, krytycznej wobec całego procesu polskiej ewolucyjnej drogi do demokracji. Narracja ta ma prowadzić do odebrania częściowo wolnym wyborom, przeprowadzonym na podstawie porozumienia Okrągłego Stołu, demokratycznej prawomocności, co, jak sędzę, nie jest intencją Zofii Leszczyńskiej. Warstwa oceniająca zdaje się dominować również w stwierdzeniu, że wybory 1989 stanowiły część procesu przemiany Polski w „demokrację kapitalistyczną”. Termin ten z pewnością nie był używany w 1989 roku. Nie jest również, o ile mi wiadomo, stosowany w politologii. Autorka pisze, że w tamtych wyborach można było zagłosować „tylko na dwa sposoby: albo za reżimem, albo za rewolucją” (s. 111). Pomijając już fakt, że możliwa była trzecia postawa – nie wzięcie udziału w głosowaniu, którą wybrało blisko 40 procent obywateli, to mocno wątpliwe jest uznanie głosowania na kandydatów Solidarności za opowiedzenie się za rewolucją. Po pierwsze, samo słowo „rewolucja” nie zaistniało w sferze publicznej w 1989 roku. Nie było go ani w słowniku dążącej do zmian opozycji, ani w propagandzie broniącej stanu posiadania władzy. Po drugie, zasadniczą cechą polskiego modelu transformacji od dyktatury komunistycznej do demokracji liberalnej, powielonego w dużej mierze przez inne kraje bloku wschodniego, była nie rewolucja, lecz ewolucja – przeprowadzenie zmian systemowych stopniowo, bez radykalnych haseł ani gestów, w porozumieniu z przedstawicielami dotychczasowego obozu rządzącego.

Warto skorygować kilka drobnych błędów, jakie pojawiły się w pracy. Poddany analizie plakat Bronisława Komorowskiego z 2010 r. z hasłem „Zgoda buduje” został błędnie

przypisany kampanii roku 2015. Toteż interpretacja tego hasła jako wzywającego do „wytrwania w Europie mimo zawirowań i sporów” jest mylna (s. 155). Odnosi się ono do spraw krajowych. Zofia Leszczyńska sama stwierdza przy innej okazji, że dominująca retoryka polskich plakatów wyborczych „jak ognia unika akcentowania podziałów”, że „chórem, od prawa do lewa nawołują one do jedności zgody i wspólnoty” (s. 205). W tym modelu mieści się właśnie plakat Komorowskiego. Błędem jest stwierdzenie, że obóz opozycyjny reprezentowany był w rozmowach Okrągłego Stołu przez Komitety Obywatelskie, bo zaczęły one powstawać dopiero w ramach przygotowań do kampanii wyborczej uzgodnionej przy Okrągłym Stole. Na s. 254 autorka stwierdza, że od 2005 r. czasem dominującym w plakacie została przyszłość. Tezę następnie przekonywująco dowodzi i ilustruje licznymi przykładami. Jednak na s. 262 dowiadujemy się, że w plakatach wyborczych po 2005 roku to „przeszłość jest wszechobecna”. Z oczywistą pomyłką mamy również do czynienia, gdy mowa o zdjęciu „Jarosława Kaczyńskiego z rodziną” (s. 274). Na karb różnicy generacyjnej można zapewne złożyć opis jednego z plakatów Solidarności, który wedle autorki przedstawia m.in. „siwawego mężczyznę”. Ów mężczyzna to Andrzej Łapicki, popularny aktor i kandydat „S” do Senatu – nie była to zatem w żadnej mierze postać anonimowa, jak zdaje się sugerować autorka, która oczywiście nie może pamiętać Łapickiego z ról filmowych czy telewizyjnych.

W zakończeniu Zofia Leszczyńska pisze o dwóch konkurencyjnych politycznych narracjach o wymarzonej Polsce: konserwatywnej i liberalnej, niesionych przez wyborcze plakaty w analizowanych przez nią pierwszych 25 latach demokracji. Obserwacja kolejnych kampanii wyborczych po 2015 roku pozwala przypuścić, że opis ten wciąż jest aktualny. Pionierska pod wieloma względami analiza plakatów wyborczych dokonana przez autorkę rozprawy zasługuje na wysokie uznanie. Praca spełnia wymagania stawiane rozprawom doktorskim. Wnioskuję o dopuszczenie mgr Zofii Leszczyńskiej do następnych etapów postępowania w sprawie nadania stopnia doktora.

Warszawa, 21 września 2019

Jan Słowinski