

Podsumowanie kampanii wyborczej

Brakuje wizji miasta

Ta kampania miała zakończyć się miesiąc temu, ale data wyborów została przesunięta. Jak oceniają ją polityolodzy? Kto wypadł najlepiej?

Rafał Bolanowski

W niedzielę przekonamy się, który z czwórki kandydatów na stanowisko prezydenta Rzeszowa zdobył największe zaufanie mieszkańców miasta, a kto będzie musiał przełknąć gorzką pigułkę porażki. Jednak zanim rzeszowianie staną przed urnami z kartami wyborczymi, o ocenę kandydatów i ich kampanii pytamy polityolodów.

MOC EWY LENIART

Ewa Leniart, jako członkini PiS i wojewoda podkarpacka, od początku deklarowała, że jej komitet cechować będzie niezależność. Czy udało jej się przekonać do tej niezależności mieszkańców? – Pani wojewoda dała się poznać mieszkańcom Podkarpacia jako osoba całkowicie zależna od swojego politycznego zaplecza i obecna kampania tylko potwierdza tę opinię. Pani wojewoda po prostu realizuje zadanie, które przed nią postawiono – ocenia dr Anna Siewierska-Chmaj, rektor Wyższej Szkoły Europejskiej im. ks. Józefa Tischnera w Krakowie.

– Jeśli wojewoda, czyli przedstawiciel rządu w regionie, deklaruje niezależność jako kandydat w wyborach na prezydenta miasta, to można to potraktować wyłącznie w kategoriach nieudanego żartu. A jeśli dodać do tego fakt, że poparcie Jarosława Kaczyńskiego sprawdziło się do tego, że wszystkie media w Polsce odnotowały, że kandydatka Leniart będzie pracować dla rozwoju Szczecina, to już mamy humor w stylu Monty Pythona – porównuje dr Agata Jurkowska-Gomulka z WSiZ w Rzeszowie.

Nieodłącznym elementem kampanii wyborczej wojewody były także wizyty ministrowi, którzy deklarowali wsparcie finansowe różnych inwestycji na terenie miasta. Mowa m.in. o Piotrze Glińskim, ministrze kultury, dziedzictwa narodowego i sportu, który przyjechał do Rzeszowa specjalnie po to, aby poinformować o 60 mln zł dofinansowania dla Podkarpackiego Centrum Lekkiej Atletyki.

– „Granie rządowymi pieniędzmi” działa na specyficzny typ wyborców, których akurat w Rzeszowie nie ma zbyt wielu. Rzeszowianie mają dobrą pamięć i wiedzą, że rozwój tego miasta zawsze był związany z dobrym, ponadpartyjnym zarządzaniem na szczeblu lokalnym, a nie z tzw. wielką polityką. Warszawa zna drogę na Podkarpacie tylko przed wyborami. Tak czy inaczej to smutne, że obecna kampania uczyniła z Rzeszowa arenę ostrej walki politycznej – stwierdza dr Anna Siewierska-Chmaj.

NOWY IMPULS GRZEGORZA BRAUNA

Grzegorz Braun dał się poznać rzeszowianom jako człowiek, który w pierwszej kolejności chciał z miasta uczynić strefę wolną od lockdownu. Problem w tym, że zanim poseł Konfederacji zdołał się na dobre rozkręcić



• – Oczekiwałem, że z początkowego akcentowania poparcia Ferenc pan Warchol przejdzie do kolejnych etapów strategii kampanijnej. Tymczasem w miarę trwania przedłużonej kampanii pan Warchol coraz mocniej zaczyna się przy argumentach „Ferenc popieram” – mówi dr Maciej Milczanowski. Na zdjęciu: Marcin Warchol i Tadeusz Ferenc
FOT. PATRYK OGORZALEK / AGENCJA GAZETA

w tym planie, to rząd zaczął łagodzić panującą obostrzenia.

– Trudno oprzeć się wrażeniu, że koniec twardego lockdownu w zasadzie zalał główne hasło wyborcze liderowi Konfederacji. Bez ciągłych utarek z policjantami „przypadkowo” nagrywanymi dwoma, trzema telefonami przez współpracowników pana Brauna dynamika jego kampanii znacznie spadła. Nie może przecież zyskiwać pikantników, na które musi tu przyjeżdżać i spotykać się w miejscach i z ludźmi, których zupełnie nie zna. Nie sądzę, by potrzebował i chciał poszerzać elektorat – przekonuje dr Maciej Milczanowski z Instytutu Nauk o Polityce Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Od czasu gdy Grzegorz Braun oficjalnie przystąpił do wyborów, rzadko kiedy mogliśmy usłyszeć w jego wypowiedziach o tematach związanych ściśle z Rzeszowem. Kandydat znacznie częściej odnosił się do tematów ogólnopolskich.

– Dla wyborców takich ekscentrycznych polityków jak Grzegorz Braun temat wypowiedzi kandydata czy jego program wyborczy nie mają wielkiego znaczenia. Chodzi raczej o zaakcentowanie swojej sympatii dla politycznego folkloru. Młodzi ludzie, którzy deklarują poparcie dla Grzegorza Brauna, znakomicie orientują się, jakie logo jest na jego czapce z daszkiem, ale obawiam się, że program ma dla nich naprawdę drugorzędne znaczenie – mówi dr Siewierska-Chmaj. Chodzi o czapkę Grzegorza Brauna z napisem „Star Wars”.

Nie bez znaczenia pozostaje także udział Brauna w wyborach w innych częściach Polski. Przypomnijmy, że poseł kandydował m.in. na urząd prezydenta Gdańska oraz do Rady Miejskiej we Wrocławiu. – Pan Braun ma tak duże doświadczenie kandydackie w rozmaitych wyborach, że to, na jakie stanowisko kandyduje i z czym związane jest to stanowisko, wydaje się być kwestią drugorzędną – ocenia dr Agata Jurkowska-Gomulka.

KONTYNUACJA MARCINA WARCHOLA

Wiceminister sprawiedliwości rozpoczął swoja kampanię najszybciej, bo zaledwie kilka minut po tym, jak Tadeusz Ferenc po prawie 18 latach poinformował o swojej rezygnacji.

Wraz z ostatnim słowem byłego prezydenta do agencji wyborczej przystąpił Marcin Warchol, a jego lista obietnic jest prawie tak długa jak lista inwestycji wykonanych w trakcie prezydentury Ferenc.

– W obietnicach kandydata Warchola brakło tylko metra i kosmodromu. Najsmutniejszą jest jednak ta narracja skupiająca się na „ja złatwię dla miasta”. Od „kultury zalatwiania” wolę jednak zdecydowanie etos wspólnej pracy, ale zdaję sobie sprawę, że dla niektórych wyborców sprawczość w tzw. zalatwianiu może być istotna, choć równocześnie nie wydaje mi się, żeby ten worek obietnic mógł przeważać szalę zwycięstwa, zwłaszcza że np. w debatach telewizyjnych dość klarownie komunikowano, że mówimy o planach na dwuletnią kadencję – tłumaczy dr Jurkowska-Gomulka.

Nieodłącznym elementem kampanii byłego posła Solidarnej Polski jest postać byłego prezydenta Tadeusza Ferenc, który udzielając wiceministrowi poparcia już podczas rezygnacji, nie opuścił go do ostatnich dni kampanii wyborczej i dzielnie stawiał się na konferencjach prasowych, aby w samych superlatywach opowiadać o wiceministrze. – Z początku wielu wydawało się, że to argument kluczowy. Do dziś jego zwolennicy przekonują mnie, że „bez Ferenc” miałby 1 proc. Na początek kampania Warchola była obiecująca, bowiem Ferenc ma sporą sympatię i szacunek w mieście. Oczekiwałem jednak, że z początkowego akcentowania poparcia Ferenc pan Warchol przejdzie do kolejnych etapów strategii kampanijnej. Tymczasem w miarę trwania przedłużonej kampanii pan Warchol coraz mocniej zaczyna się przy argumentach „Ferenc popieram”. Gdy więc pierwszy raz, jadąc do pracy i stojąc w korku w centrum Rzeszowa, zobaczyłem wielki banner z napisem „Warchol Ferenc”, to już trudno było mi traktować tę kandydaturę poważnie – wyjaśnia dr Maciej Milczanowski.

RZESZÓW KONRADA FIJOŁKI

Kandydat opozycji parlamentarnej to jedna osoba w całej stawce, która od urodzenia jest związana z Rzeszowem, jednak jego obecność w radzie miasta na czele klubu rad-

nych Rozwój Rzeszowa często jest powiązana z chaosem urbanistycznym, jaki – zdaniem niektórych kandydatów – wprowadził w mieście były prezydent Rzeszowa.

– To argument, który sprawia pewien kłopot Fijołkowi. Oczywiście dalsza argumentacja (co mógł, a czego nie mógł, będąc w radzie miasta) zależna jest od sympatii partyjnych, ale niezależnie od tego, co o tym sądzimy, nie sądzę, aby stanowiła poważny dylemat dla wyborców – tłumaczy dr Milczanowski.

– Na pewno największym zagrożeniem dla niego są trupy w szafie w postaci udziału w procesie podejmowania kontrowersyjnych decyzji w mieście. Widać było w kampanii, że pozostali kandydaci chcieli mocno grać tą kartą – zauważa Anna Siewierska-Chmaj.

Nie sposób nie zauważyć, że kampania Konrada Fijołki była spośród wszystkich najłagodniejsza. – Widać było jednak pewną różnicę między nim a kandydatami – weteranami wyborów parlamentarnych i wyjadaczami większych i mniejszych rywalizacji wewnątrzpartyjnych. Nie sposób jednak nie dostrzec, że ten łagodny ton kampanii kandydata Fijołki pozwolił mu na dystansowanie się od pozostałych kandydatów, którzy w ostatnich dniach, zwłaszcza w weekendowych debatach ogólnopolskich, koncentrowali swoją energię w dużej mierze na dyskredytowaniu jego kompetencji i osiągnięć – ocenia dr Jurkowska-Gomulka.

KTÓRA KAMPANIA NAJLEPSZA?

– Zabrakło w tej kampanii wizji długofalowego rozwoju miasta. Kandydaci wydawali się skupieni wyłącznie na celu wyborczym. Zbyt mało widoczny był głos rzeszowian, którzy oczywiście ostatecznie wyrażą swoje zdanie w głosowaniu, ale co nieco mogli kandydatom podpowiedzieć. Najbardziej wiarygodny w swoich analizach problemów miasta jest jednak Fijołek. Pozostali kandydaci dawali się w wielu miejscach nie widzieć różnicy między sferą kompetencji rządowych i samorządowych – tłumaczy dr Agata Jurkowska-Gomulka.

– Tu zestawiliśmy dwie osoby – Fijołkę i Leniart. Wojewoda była jednak osobą bardziej znaną w Rzeszowie. Na wielu uroczystościach państwowych zabierała głos, była zawsze osobą szanowaną i chyba dla wielu sympatyczną. Jednak w toku kampanii pan Fijołek ogromnie zyskiwał. Oczywiście deklaracja o porozumieniu partii opozycyjnych była czymś zupełnie szokującym w sytuacji, gdy opozycja w zasadzie w żadnej kwestii się nie zgadza. Ale w kontekście tych wyborów zdaje mi się, że to właśnie dynamika kampanii uczyniła z niego lidera sondażu – twierdzi dr Maciej Milczanowski.

– Właściwie tylko Konrad Fijołek, zarówno z racji swojej funkcji, jak i wcześniejszych doświadczeń, ma prawdziwe pojęcie o Rzeszowie. Reszta kandydatów dopiero w trakcie kampanii wyborczej nadrobiła zaległości, niektórzy z marnym skutkiem. Rzeszów to bardzo młode miasto, średnia wieku mieszkańców to ok. 39 lat. Do tego wiele uczelni wyższych i tysiące studentów, w tym wielu zagranicznych. Tylko Konrad Fijołek potrafił w swojej kampanii uchwycić i wykorzystać z rzeszowskiej specyfiki. Łatwo go sobie wyobrazić jako prezydenta tak otwartego, dynamicznego, młodego miasta – przyznaje dr Anna Siewierska-Chmaj.

Pierwsza tura wyborów w Rzeszowie odbędzie się 13 czerwca. Jeśli żadnemu z kandydatów nie uda się zebrać wymaganej większości, druga tura została zaplanowana na 27 czerwca. ■