

Mariusz Kozerski

Uniwersytet Wrocławski

ORCID: 0000-0001-6619-5531

mariusz.kozerski@uwr.edu.pl

„Alles für Sachsen” – kampania plakatowa w wyborach krajowych w Saksonii w 2024 r.

Wstęp

Zaplanowane na 1 września 2024 r. wybory krajowe w Saksonii były wydarzeniem politycznym, które przyciągnęło szczególną uwagę opinii publicznej. Ich rezultat, wraz z wynikami elekcji w sąsiednich landach Turynгии i Brandenburgii, miał wskazać, w jakim kierunku podążają wschodnie Niemcy – ciągłości rządów na poziomie krajowym czy ich zmiany, umiarkowania czy radykalizmu politycznego, dalszej polaryzacji społecznej czy przełamywania podziałów i studzenia negatywnych emocji. Zainteresowanie przebiegiem rywalizacji wyborczej wynikało w dużym stopniu z wysokiego prognozowanego poparcia dla partii głoszących radykalne i populistyczne hasła: powstałej w 2013 r. Alternatywy dla Niemiec (Alternative für Deutschland – AfD) oraz założonego na początku 2024 r. ugrupowania Sojusz Sahry Wagenknecht (Bündnis Sahra Wagenknecht – BSW)¹.

W niniejszym artykule uwaga autora koncentruje się na kampanii plakatowej głównych partii politycznych przed ostatnimi wyborami krajowymi w Saksonii. Przeanalizowane zostaną działania tych ugrupowań, które w 2024 r. uzyskiwały w wyborach do Landtagu co najmniej 5 proc. głosów, a były to: Unia Chrześcijańsko-Demokratyczna

¹ Pełna nazwa tego ugrupowania to Sojusz Sahry Wagenknecht – Dla Rozsądku i Sprawiedliwości (Bündnis Sahra Wagenknecht – Für Vernunft und Gerechtigkeit).

(Christlich-Demokratische Union – CDU), Socjaldemokratyczna Partia Niemiec (Sozialdemokratische Partei Deutschlands – SPD), Sojusz 90 / Zieloni (Bündnis 90 / Die Grünen), AfD i BSW. Celem jest zbadanie, jakie treści akcentowane były przez te partie na plakatach wyborczych i jakie stosowały one strategie komunikacyjne. Czy prezentowane przez nie hasła pokrywały się z oficjalnym programem? Czy partie rządzące w Saksonii komunikowały się ze swoimi wyborcami inaczej niż aspirujące do tej roli ugrupowania populistyczne? Zweryfikowana zostanie także hipoteza badawcza, że głównym tematem kampanii plakatowej przed wyborami do saksońskiego Landtagu w 2024 r. była obrona demokracji przed zagrożeniem ze strony prawicowego ekstremizmu.

Metodami, które posłużą do odpowiedzi na postawione pytania badawcze, będą dokonywana z perspektywy politologicznej analiza porównawcza oraz jakościowa analiza treści plakatów wyborczych, zarówno na płaszczyźnie tekstowej, jak i wizualnej. Korpus badawczy stanowią plakaty prezentowane w Dreźnie i to one były impulsem do przeprowadzenia szerszej kwerendy obejmującej literaturę przedmiotu, programy wyborcze partii, regulaminy i inne źródła.

Punktem wyjścia do rozważań będzie omówienie zagadnień teoretycznych związanych z kampanią wyborczą i plakatem jako jej szczególnym instrumentem, a następnie zarysowanie sytuacji społeczno-politycznej w Saksonii po 2019 r. Przyjęto ponadto założenie, że informacje dotyczące wyników wyborów w 2024 r. będą poprzedzały szczegółową analizę kampanii plakatowej poszczególnych partii.

Kampania wyborcza – założenia teoretyczne

Kampania wyborcza w szerokim znaczeniu jest wyodrębnioną fazą procesu wyborczego, która obejmuje okres od ogłoszenia decyzji o przeprowadzeniu wyborów do ściśle określonego momentu poprzedzającego głosowanie². Pod pojęciem tym rozumie się także ogół działań politycznych kandydatów i partii, których głównym celem jest maksymalizacja wyniku wyborczego, a pośrednim lub częściowym – zaprezentowanie własnej oferty politycznej jako najbardziej atrakcyjnej na tle innych³. Do działań podejmowanych przez partie i ich kandydatów należą: zbieranie przydatnych informacji o elektoracie, planowanie i organizacja spotkań wyborczych oraz przygotowywanie wystąpień publicznych w mediach. Ubiegający się o głosy wspierani są w wykonywaniu tych zadań przez sztaby specjalistów z zakresu komunikacji społecznej i marketingu politycznego, które przygotowują ich do nawiązania jak najlepszego kontaktu z wyborcami. Istnieje także negatywny aspekt kampanii wyborczej, czyli wszelkie zabiegi na rzecz zmniejszenia szans rywali⁴.

Pewne jest, że kampanie wyborcze powinny być starannie zaplanowane, a podejmowane działania nie mogą być przypadkowe. W ich prowadzeniu istotne jest stosowa-

² *Leksykon politologii*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, Wydawnictwo „Atla 2”, Wrocław 1995, s. 137–138.

³ *Encyklopedia politologii*, t. 3: *Partie i systemy partyjne*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, Kantor Wydawniczy „Zakamycze”, Kraków 1999, s. 74.

⁴ Tamże.

nie odpowiednio dobranych strategii komunikowania. Niklas Venema i Dennis Steffan wskazują, że w literaturze przedmiotu najczęściej wymienia się trzy: personalizację, dezideologizację i kampanie negatywne⁵.

Personalizację kampanii wyborczej dwutorowo interpretuje Marek Mazur. Po pierwsze, jako indywidualizację, gdy w komunikacji wyborczej wzrasta rola liderów, a spada znaczenie partii oraz kwestii programowych i ideologicznych. Po wtóre, jako prywatyzację, gdy podkreśla się w większym stopniu atrybuty lidera, które nie są bezpośrednio związane z polityką, a jednocześnie umniejsza znaczenie atrybutów politycznych istotnych dla wypełniania roli polityka⁶.

Rosnąca personalizacja idzie w parze z dezideologizacją polityki, czyli redukcją roli ideologicznych punktów odniesienia. W latach sześćdziesiątych XX w. niemiecki politolog Otto Kirchheimer założył, że partie polityczne w Europie Zachodniej będą bardziej zainteresowane wygrywaniem wyborów i odnoszeniem z tego tytułu praktycznych korzyści niż kurczowym trzymaniem się ideologicznych pryncypiów, które może nie przynosić realnych zysków politycznych. Mówił w tym kontekście o nowym typie ugrupowania – *catch-all-party*, które formułuje apel wyborczy tak, by obejmował swym zasięgiem interesy różnych grup społecznych. Dzięki zastosowaniu tej strategii głosy na partię płyną z różnych środowisk i części elektoratu⁷. W okresie powojennym wykorzystywała ją m.in. SPD, która w komunikacji wyborczej przestała się ograniczać do klasy robotniczej jako jedynej grupy potencjalnych zwolenników. Aby dotrzeć do większej liczby obywateli, światopogląd socjalistyczny odsunięto z czasem na plan dalszy. Współcześnie odniesienia do ideologii politycznych w profesjonalnych kampaniach wyborczych wielu ugrupowań odgrywają rolę drugorzędą⁸.

Trzecia z przywołanych strategii, czyli kampania negatywna, wykorzystywana jest, by odróżnić się od konkurentów pomimo wyzbycia się przekazu ideologicznego lub ograniczenia go oraz w celu zmobilizowania własnych zwolenników. Istotnymi aspektami są tu zarówno ton, jak i kierunek prowadzonej kampanii. Pierwszy przejawia się w negatywnych lub niesprawiedliwych atakach na przeciwnika, a drugi – w formułowaniu negatywnego, choć niekoniecznie oszczerczego przekazu o innych partiach i politykach zamiast pozytywnego na temat własnego ugrupowania i jego kandydatów⁹.

Plakat jako wizualny instrument stosowany w kampaniach wyborczych może być nośnikiem każdej z trzech wymienionych strategii komunikowania politycznego.

⁵ N. Venema, D. Steffan, *Kleine Parteien, unprofessionelle Kampagnen? Strukturen und Strategien der Plakatwerbung im Europawahlkampf 2019*, [w:] *Europawahlkampf 2019: Zur Rolle der Medien*, Hrsg. Ch. Holtz-Bacha, Springer VS, Wiesbaden 2020, s. 153.

⁶ M. Mazur, *Personalizacja kampanii wyborczej. Przypadek polskich wyborów parlamentarnych w 2015 roku*, [w:] *Polskie wybory 2014–2015. Kontekst krajowy i międzynarodowy – przebieg rywalizacji – konsekwencje polityczne*, t. 1, red. M. Kolczyński, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017, s. 202.

⁷ *Encyklopedia politologii...*, s. 175.

⁸ N. Venema, D. Steffan, *Kleine...*, s. 154.

⁹ Tamże, s. 154–155.

Plakat jako instrument kampanii wyborczej

Można wymienić kilka istotnych powodów, dla których partie polityczne nie rezygnują z posługiwania się plakatami, które pochłaniają znaczną część środków finansowych przeznaczanych na kampanie wyborcze. Nie ulega wątpliwości – i jest to powód pierwszy – że plakaty i zawarty w nich przekaz docierają do dużej grupy wyborców. Niemieccy badacze Eva-Maria Lessinger, Christina Holtz-Bacha i Willy Cornel podają wyniki badań, zgodnie z którymi aż 47 proc. ankietowanych wyborców wskazało, że z kampanią przed wyborami do Bundestagu w 2013 r. zetknęło się właśnie dzięki plakatom¹⁰. Z badań, na które powołuje się Frank Brettschneider, wynika z kolei, że za pośrednictwem plakatów informacje dotyczące wyborów krajowych w Badenii-Wirtembergii w 2021 r. uzyskało dwie trzecie ankietowanych. Liczby te stawiają plakaty wysoko w hierarchii skutecznych nośników reklamy wyborczej wykorzystywanych przez partie, wyżej niż materiały informacyjne oraz reklamy w telewizji i prasie.

Powodem drugim jest to, że plakaty w przestrzeni publicznej sygnalizują osobom mniej zainteresowanym polityką, iż kampania wyborcza jest w fazie kulminacyjnej. Mogą także promować zaangażowanie polityczne i mobilizować elektorat. Dzięki tej formie przekazu partie mogą wreszcie nagłaśniać kwestie, które są dla nich szczególnie istotne¹¹.

Brettschneider uważa, że plakat, jeśli ma skutecznie przyciągać uwagę wyborców, powinien zawierać przede wszystkim elementy graficzne. Są one lepiej zapamiętywane i budzą bardziej pozytywne skojarzenia niż tekst. Plakat nie powinien być też przeładowany treścią i spełni swą informacyjną funkcję, jeśli będzie zawierał wyraźny motyw tematyczny i krótki, jednoznaczny slogan¹². Nie jest to odpowiednie miejsce do zamieszczania obszernych tekstów, deklaracji czy wyjaśnień. Zawarty w nim przekaz powinien być jasny i zrozumiały, a informacje na tyle ścisłe, by plakat mógł zostać prawidłowo przypisany do nadawcy, tzn. ugrupowania politycznego lub kandydata. Właściwą identyfikację wspomaga zamieszczenie logo partii, obrazów oraz sloganów¹³.

Agitacja wyborcza na terenie Drezna – regulacje prawne

W Niemczech agitacja wyborcza nie została uregulowana prawnie na poziomie federalnym¹⁴. Nie oznacza to jednak, że partie i inne organizacje polityczne mają pełną

¹⁰ E.-M. Lessinger, Ch. Holtz-Bacha, W. Cornel, *Wahlplakate treffen jeden: Die Plakatkampagnen der Parteien im Bundestagswahlkampf 2013*, [w:] *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2013*, Hrsg. Ch. Holtz-Bacha, Springer VS, Wiesbaden 2015, s. 91.

¹¹ F. Brettschneider, *Wahlkampf: Funktionen, Instrumente und Wirkungen*, „Bürger & Staat” 2021, H. 3, s. 145.

¹² Tamże.

¹³ E.-M. Lessinger, Ch. Holtz-Bacha, W. Cornel, *Wahlplakate...*, s. 93.

¹⁴ Należy jednak zaznaczyć, że możliwość prowadzenia agitacji wyborczej jest co do zasady chroniona konstytucyjnie. Wynika to z art. 5, ust. 1 ustawy zasadniczej (*Wolność słowa*), art. 5, ust. 3 (*Wolność sztuki*) i art. 21 (*Konstytucyjna gwarancja ochrony i istnienia dla partii politycznych*). Zob. *Ustawa Zasadnicza dla Republiki Federalnej Niemiec z dnia 23 maja 1949 r.*, Deutscher Bundestag, Berlin 2022, s. 15, 28–29: <<https://www.btg-bestellservice.de/pdf/80205000.pdf>> [dostęp: 19 X 2024].

swobodę i dowolność w zakresie oddziaływania na społeczeństwo w okresie przedwyborczym. W prowadzeniu kampanii, w tym agitacji i reklamy wyborczej, należy przestrzegać przepisów porządkowych ustanawianych na poziomie lokalnym. Oznacza to, że przedwyborcza kampania plakatowa może wyglądać różnie w przestrzeniach poszczególnych niemieckich miast.

Posługiwanie się reklamą wyborczą w stolicy Saksonii określa przyjęty 21 lutego 2008 r. 'Regulamin miasta Drezna w sprawie proceduralnego uregulowania reklamy do celów politycznych na ulicach publicznych w okresie kampanii wyborczej'. Określa on precyzyjnie, w jaki sposób i w jakim zakresie można ingerować w przestrzeń miejską w czasie wyborów, nakładając na odpowiednie podmioty stosowne ograniczenia i obowiązki. W punkcie 1.1 wskazano, że zawarte w regulaminie przepisy dotyczą wyłącznie reklamy do celów politycznych organizowanej w Dreźnie podczas kampanii wyborczej przed wyborami i referendum oraz punktów informacyjnych działających w związku z przeprowadzeniem tych głosowań. Za wydawanie odpowiednich zezwoleń odpowiedzialny jest Urząd Dróg i Budownictwa Miasta Drezna. W punkcie 2.2 określono natomiast, że specjalnymi podmiotami uprawnionymi do posługiwania się reklamą wyborczą w Dreźnie są partie polityczne, organizacje polityczne oraz stowarzyszenia wyborców reprezentowane w Radzie Miasta Drezna, saksońskim Landtagu, Bundestagu lub Parlamencie Europejskim, osoby lub listy osób nominowanych do udziału w każdych nadchodzących wyborach do wymienionych parlamentów lub rady miasta, a także kandydaci na burmistrza Drezna i inicjatorzy referendów¹⁵.

Regulamin określa również miejsca, w których nie można umieszczać plakatów wyborczych. Nie wolno tego robić w promieniu dwudziestu metrów od budynków szkół i przedszkoli oraz urzędów miasta Drezna, kraju związkowego Saksonii i Republiki Federalnej Niemiec. Strefa zakazu agitacji wyborczej obejmuje budynki publiczne, ponieważ w ich obrębie obowiązuje zasada neutralności. Regulamin przewiduje również ograniczenia dotyczące miejsc, w których nie można umieszczać nośników reklamy wyborczej. Obejmują one obszar pięćdziesięciu metrów wokół kościołów, budynków sakralnych i cmentarzy, a także określony odcinek obwodnicy miasta¹⁶. Ponadto w dniu wyborów nośniki reklamowe nie mogą być umieszczane w budynkach, w których znajdują się lokale wyborcze, ani bezpośrednio przed wejściem do tych budynków. Jeżeli partie polityczne i stowarzyszenia wyborców nie zastosują się do regulaminu, władze miejskie Drezna mogą usunąć niedozwolone plakaty i obciążyć odpowiedzialnych kosztami.

¹⁵ *Satzung der Landeshauptstadt Dresden zur Verfahrensregelung über die Werbung für politische Zwecke auf öffentlichen Straßen während der Wahlkampfzeit (Satzung Verfahrensregelung Wahlwerbung). Vom 21. Februar 2008, „Dresdner Amtsblatt”, 6 III 2008, Nr. 10/08, s. 2: <https://www.dresden.de/media/pdf/satzungen/satzung_verfahrensregelung_wahlwerbung.pdf> [dostęp: 2 XI 2024].*

¹⁶ Jest to odcinek obwodnicy miejskiej Drezna między następującymi punktami: Terrassenufer, Hasenberg, Tzschirnerplatz, Schießgasse, Wilsdruffer Straße, Sophienstraße, Postplatz, Ostra-Allee, Am Zwingerteich i Bernhard-v.-Lindenau-Platz.

Sytuacja społeczno-polityczna w Saksonii przed wyborami krajowymi w 2024 r.

Ostatnie ważniejsze przetasowanie na saksońskiej scenie politycznej nastąpiło po wyborach krajowych z 1 września 2019 r., w których ponownie zwyciężyła CDU. Uzyskawszy wynik 32,1 proc., czyli niższy od poprzedniego o 7,3 punktu procentowego (p.p.), oraz 45 mandatów w Landtagu, chadecy mogli przystąpić do budowania nowej koalicji rządowej. Premier Michael Kretschmer (pełniący tę funkcję od grudnia 2017 r.) zaprosił do niej ostatecznie dwie partie – SPD oraz Zielonych¹⁷. Pierwsza zanotowała spadek poparcia o 4,7 p.p., podczas gdy druga zyskała 2,9 p.p. Jeszcze większe straty niż SPD poniosła Lewica (Die Linke), która w wyborach w 2014 r. uzyskała 18,9 proc. głosów, a pięć lat później – ledwie 10,4 proc. Skorzystała natomiast znacznie AfD, której rezultat na poziomie 27,5 proc. oznaczał wzrost poparcia aż o 17,8 p.p.¹⁸

Z powyborczej arytmetyki wynikało, że wariant koalicji z udziałem CDU, SPD i Zielonych był jedynym, który zapewniał skuteczne i poparte większością parlamentarną rządy bez udziału AfD. Partia ta ze względu na swój radykalizm i antysystemowość miała być nadal izolowana, a tym samym wykluczana z grona potencjalnych partnerów koalicyjnych.

W kolejnych latach rząd Kretschmera musiał się mierzyć z wieloma wyzwaniami i kryzysami, wśród których najpoważniejszymi były pandemia COVID-19 oraz skutki, jakie wywołała w Niemczech rosyjska napaść na Ukrainę. Podobnie jak w innych landach w Saksonii rozprzestrzenianie się koronawirusa praktycznie wstrzymało życie publiczne w latach 2020–2022. Wystąpiły tam wówczas problemy niewiele różniące się od tych, z którymi borykały się inne części Niemiec, Europy i świata, zwłaszcza przeciążenie szpitali, liczne ofiary koronawirusa, kontrole graniczne, ograniczenia dotyczące przemieszczania się i wychodzenia z domu oraz inne zakazy i nakazy. Początkowo zmiana warunków pracy, nauki i życia prywatnego wywoływała jedynie niepewność. Z czasem jednak zaczęto się sprzeciwiać liczny nakładany na społeczeństwo obowiązkami: noszenia masek ochronnych, przeprowadzania testów czy szczepienia się¹⁹. Saksonia była szczególnie miejscem na mapie Niemiec. Wyróżniała się bowiem sporą liczbą obywateli sprzeciwiających się pandemicznym ograniczeniom lub przynajmniej wątpiących w sens ich wprowadzania²⁰.

¹⁷ L. Duhm, V. Steinmetz, *Kenia-Partner einigen sich auf Koalitionsvertrag*, „Spiegel” [online], 30 XI 2019 [dostęp: 17 IX 2024]: <<https://www.spiegel.de/politik/deutschland/sachsen-cdu-gruenen-und-spd-einigen-sich-auf-koalitionsvertrag-a-1299097.html>>.

¹⁸ S. Bukow, *Landtagswahl Sachsen 2019. Ergebnisse und Analysen*, Heinrich Böll Stiftung, Berlin 2019, s. 3–4: <https://www.boell.de/sites/default/files/demokratie_gesellschaft_16_landtagswahl_sachsen_2019_korrigiert.pdf> [dostęp: 19 IX 2024].

¹⁹ J. Amm, W. Rellecke, *Wahlen und Parteien in Sachsen*, Sächsische Landeszentrale für politische Bildung, Dresden 2024, s. 131.

²⁰ Świadczy o tym stosunkowo niski wskaźnik szczepień przeciw COVID-19. Pierwszą dawkę przyjęło w Saksonii ok. 66 proc. populacji przy średniej ok. 78 proc. w całych Niemczech. Bliżej zob. *Impfquote gegen das Coronavirus (COVID-19) in Deutschland nach Bundesländern (Stand: 5. März 2024)*, „Statista” [online, dostęp: 20 IX 2024]: <<https://de.statista.com/statistik/daten-studie/1195108/umfrage/impfungen-gegen-das-coronavirus-je-einwohner-nach-bundeslaendern/>>.

Wojna Rosji przeciwko Ukrainie niesie dla Niemiec, w tym Saksonii, liczne konsekwencje społeczne i gospodarcze – przede wszystkim duży napływ imigrantów z Ukrainy i związane z tym obciążenia ekonomiczne²¹. Działania wojenne oznaczają też dla RFN konieczność angażowania dużych środków finansowych na broń dostarczaną Ukrainie oraz dozbrojenie i modernizację techniczną Bundeswehry. Realizacja tych zadań wymaga cięć w innych wydatkach budżetowych państwa, co nierzadko przekłada się na niezadowolenie obywateli, zwłaszcza grup, które zostały dotknięte oszczędnościami²².

W sytuacjach szczególnego napięcia spowodowanego rozbieżnością zdań lub odmiennością postaw może dochodzić do eskalacji konfliktów, co w ostatnich latach zdarzało się także w Saksonii. Pod koniec października 2022 r. media poinformowały o podpaleniu w Budziszynie jednego z budynków, który miał pełnić funkcję ośrodka dla uchodźców²³. W lipcu 2024 r. podobne zdarzenie miało miejsce w Lipsku²⁴, a we wrześniu 2023 w Dreźnie w obiekcie o takim samym przeznaczeniu najpierw wybito szyby, a następnie próbowano go podpalić²⁵.

O szczególnie napiętej sytuacji społecznej i politycznej w Saksonii świadczyły także inne wydarzenia. W grudniu 2021 r. niemieckie media poinformowały o planach zamachu na premiera Kretschmera. Podejrzewano o to członków grupy aktywnej na internetowym komunikatorze „Telegram”, którzy sprzeciwiali się polityce państwa w czasie pandemii COVID-19, zwłaszcza obowiązkowym szczepieniom. Nieco wcześniej ujawniono, że przed domem saksońskiej minister zdrowia Petry Köpping w mieście Grimma odbył się protest koronasceptyków trzymających w rękach pochodnie²⁶.

W niemieckich mediach głośno było o zdarzeniu, do którego doszło w Dreźnie 3 maja 2024 r., czyli w czasie kampanii przed wyborami do Parlamentu Europejskiego. Podczas rozwieszania plakatów wyborczych zaatakowanych zostało czterech działaczy partii Zielonych, a następnie główny kandydat SPD Matthias Ecke. Polityk ten został ciężko ranny w twarz, a następnie trafił do szpitala, gdzie przeszedł operację²⁷. Należy podkreślić, że wiosną 2024 r. w czasie kampanii wyborczej w Saksonii dochodziło też do innych aktów agresji, choć już nie w tak skrajnej postaci. Mnożyły się ataki na punkty informacyjne oraz obelgi i groźby wobec działaczy partyjnych. Niejednokrotnie także niszczone lub kradzione plakaty wyborcze²⁸.

²¹ Według danych Federalnego Ministerstwa Spraw Wewnętrznych do połowy października 2024 r. w Niemczech zarejestrowano ok. 1,2 mln uchodźców, którzy uciekli przed wojną na Ukrainie. Bliżej zob. *Gesamtzahl der offiziell gezählten Kriegsflüchtlinge aus der Ukraine in Deutschland von März 2022 bis Oktober 2024*, „Statista” [online, dostęp: 15 XI 2024]: <<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1294820/umfrage/kriegsfluechtlinge-aus-der-ukraine-in-deutschland/>>.

²² J. Amm, W. Rellecke, *Wahlen...*, s. 131–132.

²³ T.M. Weimer, *Brandanschlag auf Bautzener Spreehotel*, „Sächsische Zeitung”, 29 X 2022.

²⁴ Ch. Swenson, *Proteste nach Brandanschlag*, „Die Tageszeitung”, 29 VII 2024.

²⁵ *Brandanschlag auf Asyl-Unterkunft in Dresden*, „Sächsische Zeitung. Bautzen”, 2 X 2023.

²⁶ W. Husmann, A. Kammer, *Empörung über Fackel-Aufmarsch vor Wohnhaus von sächsischer Ministerin*, „Zeit” [online], 4 XII 2021 [dostęp: 1 X 2024]: <<https://www.zeit.de/politik/deutschland/2021-12/petra-koepping-corona-protest-fackeln-sachsen>>.

²⁷ R. Loch, *Angriff auf Wahlkämpfer*innen in Dresden: SPD-Europaabgeordneter Ecke im Krankenhaus*, „Leipziger Zeitung” [online], 4 V 2024 [dostęp: 3 X 2024]: <<https://www.l-iz.de/politik/sachsen/2024/05/angriff-wahlkampf-dresden-588122>>.

²⁸ J. Amm, W. Rellecke, *Wahlen...*, s. 134.

Do wzrostu napięcia w przestrzeni społecznej i politycznej doszło już na początku 2024 r., gdy przez całe Niemcy przetoczyły się masowe demonstracje przeciwko prawicowemu ekstremizmowi²⁹. Iskłą, która wywołała protesty w wielu miastach, były publikacje dziennikarzy śledczych z sieci Correctiv, którzy poinformowali opinię publiczną o zorganizowanym 25 listopada 2023 r. w Poczdamie tajnym spotkaniu wysokich rangą polityków AfD z przedstawicielami innych grup skrajnej prawicy, przedsiębiorcami, a nawet członkami CDU. Głównym tematem ich obrad miało być usunięcie z RFN milionów imigrantów, nawet tych z niemieckim obywatelstwem³⁰.

Sprzeciw wobec takich działań manifestowali także mieszkańcy Saksonii. Masowe protesty odbywały się nie tylko w trzech największych miastach – Dreźnie, Lipsku i Chemnitz – ale również w Budziszynie, Döbeln, Torgau, Görlitz, Pirnie czy Radebergu³¹. Dokonywane w imię demokracji przeciwstawienie się prawicowemu ekstremizmowi, utożsamianemu głównie z AfD, stało się motywem wykorzystywanym podczas kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego, głównie przez Zielonych. Można było również przypuszczać, że będzie to ważny temat eksponowany na plakatach przed wrześniowymi wyborami krajowymi.

Po wyborach europejskich z 9 czerwca 2024 r. niemieckie partie polityczne przystąpiły niemal od razu do kolejnej kampanii. Zbliżał się bowiem koniec VII kadencji saksońskiego Landtagu, co oznaczało ponowną rywalizację o głosy obywateli i układ sił politycznych w izbie.

Drezno jako miejsce kampanii plakatowej przed wyborami krajowymi w 2024 r.

Podobnie jak w innych saksońskich miastach w przestrzeni publicznej Dreznia dominowały plakaty czołowych partii politycznych: CDU, SPD, Sojuszu 90 / Zielonych i AfD. Miejscem ekspozycji były najczęściej słupy oświetleniowe i ogłoszeniowe. Charakterystycznym widokiem, głównie w centrum miasta i wzdłuż najważniejszych prowadzących do niego ulic, były latarnie wypełnione plakatami trzech, a nawet czterech ugrupowań. W ten sposób toczyła się walka o uwagę przechodniów, kierowców i pasażerów komunikacji miejskiej. Chodziło zatem głównie o przyciągnięcie uwagi osób będących w ruchu i zatrzymujących się na krótką chwilę przed sygnalizacją świetlną, przejściem dla pieszych czy na przystanku. Przekaz nie mógł być więc długi i skomplikowany – miał być widoczny i zrozumiały oraz przemawiać do rozumu, a przede wszystkim emocji odbiorcy. Dzięki powtarzającej się w wielu miejscach reklamie wyborczej kandydat

²⁹ Przykładowo w dniach 19–21 I 2024 r. w całych Niemczech protestowało ok. 1,4 mln osób. Zob. M. Brandt, *Wie viele Menschen haben an Demos gegen Rechts teilgenommen?*, „Statista” [online], 22 I 2024 [dostęp: 3 X 2024]: <<https://de.statista.com/infografik/31613/geschaetzte-anzahl-der-teilnehmerinnen-bei-demonstrationen-gegen-rechtsextremismus/>>.

³⁰ H. Pfeifer, *Protest przeciwko AfD: w poszukiwaniu strategii*, „Deutsche Welle” [online], 23 I 2024 [dostęp: 12 X 2024]: <<https://www.dw.com/pl/protest-przeciwko-afd-w-poszukiwaniu-strategii/a-68066487>>.

³¹ *Gegen Rechtsextreme: Demonstrationen in elf Städten Sachsens*, „Der Mitteldeutsche Rundfunk” [online], 21 I 2024 [dostęp: 12 X 2024]: <<https://www.mdr.de/nachrichten/sachsen/sonntag-demos-gegen-afd-rechtsextreme-100.html>>.

i reprezentowana przez niego partia polityczna mieli być rozpoznawani przez obywatela i utrwalani w jego świadomości³².

Stawką rywalizacji w ramach kampanii plakatowej było przyciągnięcie uwagi i uzyskanie poparcia osób, które nie korzystają z internetu lub robią to rzadko, nie czerpią z przestrzeni wirtualnej informacji o polityce, nie są aktywne w sieciach społecznościowych ani biegłe w nowych technologiach, a jednocześnie nie analizują głęboko programów politycznych, lecz chcą spełnić swój obywatelski obowiązek, uczestnicząc w wyborach.

Wśród wywieszonych w Dreźnie plakatów wyborczych wyróżniały się te zachęcające do głosowania na AfD. W wielu przypadkach partia ta nie decydowała się na zamieszczenie zdjęcia kandydata startującego w danym okręgu wyborczym. Ekspozowane miało być jego imię i nazwisko oraz najczęściej kontrowersyjne, dosadne i przyciągające uwagę hasło wyborcze. Jednym z nich było „*Abschieben, abschieben, abschieben*” (‘Deportować, deportować, deportować’), co należy rozumieć jako wezwanie do wydalenia z Niemiec imigrantów, którym odmówiono prawa do azylu. Charakterystyczne było również usytuowanie plakatów AfD – najczęściej nie w zasięgu ręki, lecz wysoko na słupie oświetleniowym, by uniemożliwić ich zerwanie czy uszkodzenie.

Wyniki wyborów do saksońskiego Landtagu w 2024 r.

Wybory krajowe w Saksonii, podobnie jak w sąsiedniej Turynii, odbyły się 1 września 2024 r. Zwycięstwo odnieśli w nich chadecy, którzy uzyskali 31,9 proc. głosów i wprowadzili do Landtagu 41 deputowanych. Drugie miejsce z nieznaczną stratą do CDU zajęła AfD, na którą oddano 30,6 proc. ważnych głosów, co przełożyło się na 40 mandatów. Dla trzeciej w kolejności partii BSW rezultat 11,8 proc. oraz 15 miejsc w parlamencie było niewątpliwie dużym sukcesem, biorąc pod uwagę jej debiut w wyborach krajowych. Zbliżony wynik w porównaniu do roku 2019 zanotowała SPD – 7,4 proc. (spadek poparcia o 0,4 p.p.). Rezultat powyżej pięcioprocentowego progu wyborczego uzyskał także Sojusz 90 / Zieloni, ale poparcie 5,1 proc. wyborców (o 3,5 p.p. niższe niż w 2019 r.) pozwoliło mu uzyskać zaledwie 7 mandatów³³. Należy podkreślić, że w poprzedniej kadencji parlamentu krajowego (2019–2024) trzy z wymienionych ugrupowań – CDU, SPD i Zieloni – tworzyły koalicję rządową. Słaby wynik ostatniej z tych partii praktycznie wykluczył ją z rozmów na temat utworzenia kolejnego gabinetu. Ze względu na sformowanie tzw. kordonu sanitarnego wokół AfD, czyli wyraźne odcięcie się od możliwości współpracy z tym ugrupowaniem, nie miało ono zdolności koalicyjnej i w praktyce zostało pozbawione szans na przejęcie władzy w Saksonii.

Porażką saksońskie wybory krajowe zakończyły się dla Lewicy. Wynik 4,5 proc. był zdecydowanie najsłabszym startem Die Linke od 1990 r.³⁴ Pomimo nieprzekroczenia

³² Por. K. Artinger, *Das politische Plakat – Einige Bemerkungen zur Funktion und Geschichte*, [w:] *Die Grundrechte im Spiegel des Plakats 1919–1999*, Hrsg. K. Artinger, Deutsches Historisches Museum, Berlin 2000, s. 16.

³³ S. Hummel, *Sachsen hat gewählt. Übersicht der Wahlergebnisse und erste Deutungen*, „Rosa Luxemburg Stiftung. Sachsen” [online], 3 IX 2024 [dostęp: 3 XI 2024]: <[https://sachsen.rosalux.de/news/id/52461/sachsen-hat-gewaeholt](https://sachsen.rosalux.de/news/id/52461/sachsen-hat-gewaeahlt)>.

³⁴ W 2004 r. ugrupowanie to startowało do wyborów krajowych jako Partia Demokratycznego Socjalizmu – PDS.

progu wyborczego partia ta mogła jednak wziąć udział w proporcjonalnym podziale mandatów i wprowadzić do Landtagu 6 przedstawicieli dzięki wygranej swoich kandydatów w dwóch okręgach wyborczych³⁵. Dla porównania w wyborach w 2004 r. Lewica uzyskała 31 mandatów (23,6 proc. głosów), w 1999 – 30 (22,2 proc.), a w 2009 – 29 (20,6 proc.). Po wyborach w 2024 r. została jednak wyraźnie zmarginalizowana i zepchnięta do głębokiej opozycji³⁶.

Wolna Partia Demokratyczna (Freie Demokratische Partei – FDP) od czasu zjednoczenia Niemiec trzykrotnie osiągała w saksońskich wyborach krajowych wynik powyżej 5 proc.: w 1990, 2004 i 2009 r. Tylko raz jednak, w latach 2009–2014, liberałowie uczestniczyli w koalicji rządowej – wraz z CDU. W 2024 r. zanotowali spektakularną porażkę, uzyskawszy jedynie 0,9 proc. głosów. Lepszy rezultat niż FDP – 2,3 proc. – osiągnęli Wolni Wyborcy (Freie Wähler – FW), a wygrana ich przedstawiciela w jednym okręgu oznaczała przyznanie jednego mandatu w Landtagu. W obecnej kadencji nie ma w nim reprezentacji skrajnie prawicowej Wolnej Saksonii (Freie Sachsen – FS), która przy poparciu 2,2 proc. nie zwyciężyła w żadnym z sześćdziesięciu okręgów wyborczych³⁷. Landtag, którego skład ukonstytuował się po wyborach, liczy obecnie 120 deputowanych, a mandaty przypadły siedmiu partiom.

Zgoła inaczej wyniki saksońskich wyborów krajowych z września 2024 r. prezentowały się w samym Dreźnie. W siedmiu z ośmiu stołecznych okręgów wygrali bowiem kandydaci CDU, a w jednym – przedstawiciel Zielonych. Chadece odnieśliby również wyraźne zwycięstwo po przeliczeniu głosów oddanych na listy partyjne. Uzyskane przez nich 31 proc. znacznie przewyższało rezultaty AfD (22 proc.), Zielonych (11,7 proc.), SPD (11,1 proc.), BSW (10,3 proc.), Lewicy (5,7 proc.) oraz FDP, FW i FS, które łącznie uzyskały wynik w granicach 1–2 proc. Warta odnotowania jest frekwencja wyborcza w stolicy Saksonii, która wyniosła 77,4 proc. Była tym samym o 3 p.p. wyższa niż ogółem w kraju związkowym. Dla porównania w wyborach do Landtagu w 2019 r. wyniosła w Dreźnie 72,2 proc., a w całej Saksonii – 66,5 proc.³⁸ Wzrost tych wartości wyraźnie wskazuje, że w świadomości obywateli wybory krajowe w 2024 r. przebiegały w wyjątkowych okolicznościach, były czasem szczególnej politycznej próby, a ich wynik przesądzał o kierunku rozwoju Saksonii w najbliższych latach. Rezultaty głosowania przedstawia wykres 1, a zestawienie wszystkich wyborów

³⁵ W saksońskim prawie wyborczym obowiązuje klauzula mandatów podstawowych (*Grundmandatsklausel*). Zgodnie z nią partia może wejść do parlamentu krajowego nawet wtedy, gdy uzyska mniej niż 5 proc. głosów – wystarczy, że zdobędzie co najmniej dwa mandaty bezpośrednie w jednomandatowych okręgach wyborczych. Zob. K. Völkl, *Die Landtagswahlen in Brandenburg, Sachsen und Thüringen 2024: Neue Formen des Regierens als Antwort auf die Wahlergebnisse*, „Zeitschrift für Politikwissenschaft” 2024, H. 4, s. 520.

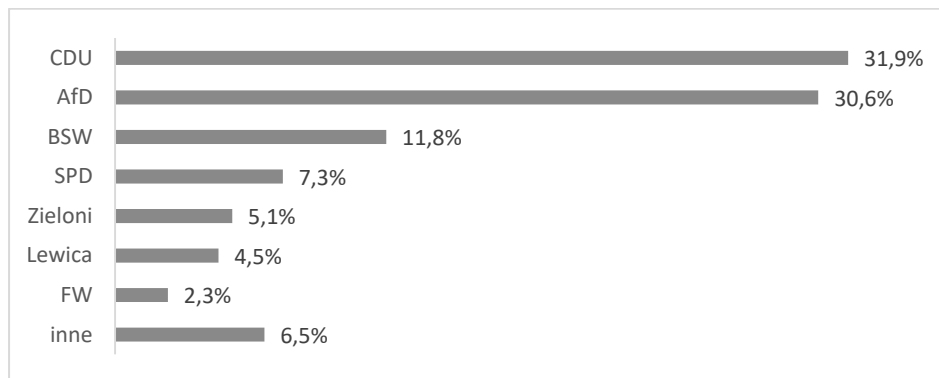
³⁶ *Statistiken und Umfragen zu Landtagswahlen und zur politischen Stimmung in Sachsen*, „Statista” [online, dostęp: 4 XI 2024]: <<https://de.statista.com/themen/165/wahl-sachsen/#topicOverview>>.

³⁷ *Wahlergebnisse*, „Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen” [online, dostęp: 4 XI 2024]: <<https://wahlen.sachsen.de/landtagswahl-2024-wahlergebnisse.php>>.

³⁸ *Statistische Mitteilungen. Landtagswahl 2019*, Landeshauptstadt Dresden, Kommunale Statistikstelle, Dresden 2023, s. 8: <<https://www.dresden.de/media/pdf/online-shop/statistikstelle/Landtagswahl-2019-Ergebnisse-in-Dresden.pdf>> [dostęp: 8 XI 2024].

krajowych w Saksonii w latach 1990–2024 z uwzględnieniem liczby mandatów uzyskiwanych przez główne partie polityczne – tabela 1.

Wykres 1. Wyniki wyborów do saksońskiego Landtagu z 1 września 2024 r.



Źródło: oprac. własne na podstawie danych urzędu statystycznego Saksonii: „Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen” [online, dostęp: 4 XI 2024]: <wahlen.sachsen.de>

Tabela 1. Wyniki wyborów do saksońskiego Landtagu w latach 1990–2024 wraz z liczbą mandatów uzyskanych przez główne partie polityczne

Kadencja	CDU		Lewica		SPD		FDP		AfD		Zieloni		BSW	
	poparcie (%)	mandaty	poparcie (%)	mandaty	poparcie (%)	mandaty	poparcie (%)	mandaty	poparcie (%)	mandaty	poparcie (%)	mandaty	poparcie (%)	mandaty
I kadencja 1990–1994	53,8	92	10,2	17	19,1	32	5,3	9	–	–	5,6	10	–	–
II kadencja 1994–1999	58,1	77	16,5	21	16,6	22	–	–	–	–	–	–	–	–
III kadencja 1999–2004	56,9	76	22,2	30	10,7	14	–	–	–	–	–	–	–	–
IV kadencja 2004–2009	41,1	55	23,6	31	9,8	13	5,9	7	–	–	5,1	6	–	–
V kadencja 2009–2014	40,2	58	20,6	29	10,4	14	10,0	14	–	–	6,4	9	–	–
VI kadencja 2014–2019	39,4	59	18,9	27	12,4	18	–	–	9,7	14	5,7	8	–	–
VII kadencja 2019–2024	32,1	45	10,4	14	7,7	10	–	–	27,5	38	8,6	12	–	–
VIII kadencja 2024–	31,9	41	4,5	6	7,3	10	–	–	30,6	40	5,1	7	11,8	15

Źródło: *Ergebnisse und Fraktionsstärken 1990 bis 2024*, „Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen” [online, dostęp: 4 XI 2024]: <<https://www.landtag.sachsen.de/de/mitgestalten/wahlen/wahlergebnisse-9124.cshtml>>

Kampania plakatowa partii politycznych

Na zwiększonej frekwencji wyborczej, mimo niewielkich strat procentowych, nieznacznie zyskała CDU, którą poparło 54 tys. głosujących³⁹. Mogła się do tego przyczynić sprawna i przemyślana kampania plakatowa. Saksońscy chadecy pozornie znajdowali się w tych wyborach na uprzywilejowanej pozycji. Jako partia rządząca Unia dysponowała odpowiednimi zasobami finansowymi i doświadczeniem na scenie politycznej. Nie bez znaczenia były też rozpoznawalność w przestrzeni i debacie publicznej oraz ułatwiony dostęp do mediów, dzięki któremu mogły być prezentowane nie tylko osiągnięcia władzy, ale także jej program. Z drugiej strony koalicja rządowa w Saksonii, a zwłaszcza CDU, musiała się mierzyć ze wzmożoną krytyką swoich działań ze strony partii opozycyjnych. Ataki te wyprowadzane były głównie przez skrajną i populistyczną prawicę, która mogła sobie pozwolić na składanie obietnic bez pokrycia. W retoryce wyborczej partii rządzącej wybrzmiewały natomiast inne tony: co najmniej umiarkowany optymizm i zadowolenie z efektów pracy rządu koalicyjnego pod przewodnictwem CDU, a także skupienie uwagi na osobie premiera Michaela Kretschmera, zwłaszcza w kontekście jego sukcesów politycznych jako szefa saksońskiego rządu oraz zalet jego niedawnego i przyszedłego przywództwa w kraju.

Motywy te wykorzystano m.in. na jednym z plakatów podpisanych: „Kretschmer. Premier wszystkich Saksończyków”. Przedstawiono go tam w tłumie kobiet i mężczyzn w różnym wieku, którzy spoglądają na niego z sympatią i w większości uśmiechają się do niego. Postawa i wyraz twarzy premiera sugerują, że uważnie wsłuchuje się w głos zgromadzonych. Jest przyjazny, a zarazem władczy, liczy się dla niego wspólnota. Przekaz został wzmocniony przez inne elementy graficzne. Kretschmer ubrany jest w zieloną marynarkę i białą koszulę, przywołujące skojarzenia z barwami saksońskiej flagi. Blisko premiera znajduje się życzliwie spoglądający w jego kierunku Peter Seifert – były socjaldemokratyczny nadburmistrz Chemnitz, co daje do zrozumienia, że kandydat cieszy się szerokim poparciem i działa ponad podziałami partyjnymi, więc mogą mu zaufać również wyborcy o innych poglądach.

Nie był to jedyny wyborczy plakat saksońskich chadeków, na którym centralne miejsce zajmował szef rządu w Dreźnie. Na innym określono go epitetem *energiczny*, a na potwierdzenie tej cechy przedstawiony został w koszuli z zakasnymi rękawami. W hasło „Kretschmer. Premier wszystkich Saksończyków” zostało tym razem wkomponowane inne, przypisane w tej kampanii wyborczej do saksońskiej CDU: „Ponieważ chodzi o Saksonię”. Kolejnymi cechami Kretschmera prezentowanymi na plakatach CDU były jego energiczność, waleczność i optymizm.

Plakaty chadeków, na których posłużono się wizerunkiem Kretschmera, prezentowały nie tylko jego cechy jako przywódcy, ale również hasła, które miały być kojarzone z rządami CDU. Oto kilka przykładów: „Egzekwowanie prawa i porządku”, „Dotrzymywać słowa”, „Edukacja na najwyższym poziomie. Już od przedszkola”, „Przestępcy

³⁹ V. Neu, S. Pokorny, *Landtagswahl in Sachsen am 1. September 2024*, Konrad-Adenauer-Stiftung, Berlin, wrzesień 2024 (Monitor Wahl- und Sozialforschung), s. 3: <<https://www.kas.de/de/monitor-wahl-und-sozialforschung/detail/-/content/wahlanalyse-der-landtagswahl-in-sachsen-am-1-september-2024>> [dostęp: 8 XI 2024].

nienawidzą CDU”. W stolicy Saksonii widoczne były również plakaty i billboardy, na których kandydatów Unii przedstawiano obok premiera. Wszystkie te zabiegi marketingowe wynikały z przekonania, że występowanie u boku Kretschmera przyniesie korzyści wizerunkowe, a w konsekwencji zyski wyborcze. Należy jednak odnotować, że kandydaci CDU w Dreźnie przedstawiani byli również w pojedynkę. Widoczne były tam m.in. plakaty reklamujące ówczesną minister kultury i turystyki Barbarę Klepsch jako osobę kompetentną i blisko związaną z miastem.

Warto też zwrócić uwagę, że przed 1 września 2024 r. CDU skłaniała swoich zwolenników do finansowego wspierania kampanii plakatowej. Zainteresowane osoby mogły przekazać na rzecz partii darowiznę, a następnie wybrać motyw plakatu oraz określić, w jakim czasie i w jakiej lokalizacji (np. na terenie własnej posesji) zostanie on umieszczony. Do udziału w akcji skłaniano wszystkich, którzy chcieli, by Kretschmer kontynuował swoją polityczną misję jako premier rządu Saksonii. Pomóc CDU można było również, przystępując do Team Kretschmer – zespołu premiera złożonego z ludzi, dla których ważna jest „obrona naszego kraju przed populizmem, ideologią i błędnymi decyzjami w tegorocznych wyborach”⁴⁰. Wsparcia można było udzielić na kilka sposobów: m.in. głosując korespondencyjnie na Kretschmera, pomagając w organizowaniu spotkań wyborczych z jego udziałem czy zamawiając baner wyborczy do swojego ogrodu. W ramach kampanii partia zachęcała też sympatyków, by w mediach społecznościowych zamieszczali wpisy ze swoimi zdjęciami i plakatem wyborczym CDU oraz udostępniali na swoich profilach nagranie z przesłaniem wyborczym premiera.

Saksońska SPD przystępowała do kampanii wyborczej jako partia koalicji rządowej. Celem socjaldemokratów nie było jednak zwycięstwo, a raczej utrzymanie swojej reprezentacji w Landtagu. Z sondaży przeprowadzonych przez ośrodki badania opinii publicznej INSA, Infratest Dimap, Forsa oraz Forschungsgruppe Wahlen między drugą połową czerwca a końcem sierpnia 2024 r. wynikało, że na SPD chciało zagłosować zaledwie 5–7 proc. ankietowanych⁴¹. Uzyskane w wyborach 7,3 proc. było więc ostatecznie poparciem nieco wyższym od prognozowanego. Partia zdobyła 10 mandatów w parlamencie krajowym, otrzymawszy ok. 5 tys. głosów więcej niż w 2019 r. (choć przy znacznie wyższej frekwencji) i zachowała szanse na wejście do kolejnej koalicji rządowej u boku CDU⁴².

Liderką listy wyborczej SPD w Saksonii była Petra Köpping, która od 2019 r. stała na czele Krajowego Ministerstwa Spraw Społecznych i Spójności Społecznej. Już na wstępie kampanii uwagę opinii publicznej zwrócił jeden z plakatów, na którym uśmiechając się, spogląda ona na Kretschmera. Patrząc na tę scenę, można odnieść wrażenie, że występują w niej politycy tej samej partii, a nie przeciwnicy rywalizujący o głosy wyborcze. Wiele wyjaśnia jednak napis umieszczony w dolnej części plakatu: „Za sukcesem tego mężczyzny... stoi silna kobieta, która to potrafi. Odpowiednia dla Saksonii:

⁴⁰ „Team Kretschmer” [online, dostęp: 12 XI 2024]: <<https://www.teamkretschmer.de>>.

⁴¹ Sondaże dotyczące wyborów krajowych w Saksonii w 2024 r.: *Umfragen Sachsen*, „Wahlen, Wahlrecht und Wahlsysteme” [online]: <<https://www.wahlrecht.de/umfragen/landtage/sachsen.htm>> [dostęp: 13 XI 2024].

⁴² V. Neu, S. Pokorny, *Landtagswahl...*, s. 3.

Petra Köpping”. W mediach pojawiły się komentarze, w których wskazywano, że saksońscy socjaldemokraci i ich liderka postanowili w dość oryginalny sposób wykrzesać pozytywny wizerunek premiera i komplementując go, pochwalić przede wszystkim siebie⁴³. Przyjęto zatem, że Kretschmer powinien podzielić się z SPD uznaniem i sympatią, którymi cieszy się wśród wyborców. Reakcję CDU na działania socjaldemokratów można uznać za wyciągnięcie w ich kierunku pomocnej dłoni: premier przyznał publicznie, że ceni sobie współpracę z minister Köpping. Dał tym samym do zrozumienia, że po wyborach SPD mogłaby pozostać partnerem koalicyjnym CDU w kierowanym przez niego rządzie⁴⁴.

W przestrzeni publicznej wśród plakatów wyborczych SPD dominowały jednak te, na których liderka partii w Saksonii występowała w pojedynkę. Ich ogólny schemat jest taki sam: wyraźnie eksponują postać Petry Köpping, a jej twarz przedstawiają w zbliżeniu. Minister jest lekko uśmiechnięta, nieco zamyślona, ale pewna siebie. Sprawia wrażenie osoby kompetentnej, cechującej się profesjonalizmem i zaradnością, a jednocześnie ciepłej, otwartej i przyjaznej. Celem jest przedstawienie jej jako polityka godnego zaufania, a tym samym zasługującego na powierzenie mu głosu w wyborach. Na plakatach zamieszczane były również argumenty za wyborem SPD i jej kandydatów. Przekonywano zwłaszcza, że udzielenie poparcia socjaldemokratom będzie oznaczać powołanie przy ich współdziale stabilnego i zdolnego do działania rządu krajowego. Eksponowane były zwłaszcza postulaty o charakterze socjalnym: podniesienie w całych Niemczech minimalnej stawki za godzinę pracy do 15 euro, zwiększenie finansowania dla szpitali i naprawa służby zdrowia, przystępne cenowo mieszkania i czynsze czy większa liczba nauczycieli. Plakaty SPD informowały także o spotkaniach z kandydatami i deputowanymi do saksońskiego Landtagu.

Należy zauważyć ścisły związek między kampanią plakatową partii a jej programem wyborczym. Przekaz był spójny, ponieważ większość postulatów z dokumentu ‘Od pracy po solidarność: program rządowy SPD Saksonii na lata 2024–2029’ przywołano na plakatach w postaci krótkich haseł. Z programu można się dowiedzieć m.in., jakie działania przyczynią się do naprawy służby zdrowia. Socjaldemokraci wskazują na konieczność doinwestowania szpitali, zadbania o rozmieszczenie placówek ochrony zdrowia także na obszarach wiejskich oraz zwiększenia liczby lekarzy w całym systemie. W innym punkcie programu zwrócili uwagę na potrzebę budowy mieszkań socjalnych oraz finansowania energetycznej modernizacji budynków i mieszkań bez barier. Przedstawiony w kolejnym punkcie postulat podniesienia płacy minimalnej do 15 euro za godzinę wkomponowany został w szersze hasło wyrównania wynagrodzeń we wschodnich i zachodnich Niemczech. Zasygnalizowano także potrzebę wprowadzenia zmian w systemie transportu publicznego w Saksonii, który powinien być nie tylko przystępny cenowo i przyjazny dla klimatu, ale również bar-

⁴³ K. Kollenberg, *Kleiner Seitenhieb: SPD „wirbt” mit Michael Kretschmer auf Wahlplakat*, „Leipziger Volkszeitung” [online], 11 VII 2024 [dostęp: 12 XI 2024]: <<https://www.lvz.de/mitteldeutschland/sachsen-landtagswahl-spd-nutzt-michael-kretschmer-in-wahlkampagne-VIMA-XIBH3NECPPDVJTPQN7GVE.html>>.

⁴⁴ Tenże, *Fünf Erkenntnisse aus der Landtagswahl in Sachsen*, „Döbelner Allgemeine Zeitung”, 2 IX 2024.

dziej dostępny na obszarach wiejskich dzięki zwiększeniu liczby połączeń autobusowych i kolejowych⁴⁵.

Partia socjaldemokratyczna chciała się zaprezentować saksońskim wyborcom jako ugrupowanie bliskie zwykłym ludziom, wrażliwe na problemy społeczne i potrafiące je rozwiązywać, aktywne i zorientowane na działanie, doświadczone, znające się na polityce krajowej i umiejące sprawować władzę, dążące wreszcie do kompromisu oraz zapewniające stabilność rządów. Kampanię plakatową, która współgrała z założeniami programowymi, należy uznać za przemyślaną, ale niskie poparcie dla SPD świadczy, że była tylko częściowo skuteczna.

Podobne akcenty widać w kampanii plakatowej saksońskich Zielonych. Również oni wskazywali na potrzebę poprawy stanu służby zdrowia czy szkolnictwa („Lepsza edukacja. Lepsze możliwości”). Plakaty tej partii sugestywnie wskazywały, jak być powinno, skupiając się na budowaniu pożądanego porządku społeczno-politycznego. Zdaniem Zielonych powinno się dążyć do przywrócenia poczucia wspólnoty i życia w zgodzie z ludzką naturą i blisko natury w Saksonii jako demokratycznym i nowoczesnym krajem równych szans.

Stałym elementem plakatów tego ugrupowania było zapisane białą czcionką na zielonym tle hasło „Naprawdę ważne”, umiejscowione nad kwiatem słonecznika. W odróżnieniu od kampanii CDU i SPD nie eksponowano tutaj wyraźnie jednej postaci, wizerunkowej lokomotywy partii, wokół której budowany byłby partyjny przekaz. Na plakatach prezentowani byli poszczególni kandydaci lub tylko postulaty i hasła wyborcze partii.

Saksońscy Zieloni w mniejszym stopniu, niż można byłoby oczekiwać, zaprezentowali się w swojej kampanii plakatowej jako partia ekologiczna, bardziej zaś jako wrażliwa na problemy społeczne lewica, aspirując w pewnej mierze do miejsca zarezerwowanego dla socjaldemokratów. W kontekście perspektywy utrzymania władzy w Saksonii sytuacja wyjściowa Zielonych nie była jednak tak korzystna jak SPD. W czasie ostatniej kadencji premier z CDU dystansował się od nich jako koalicjantów, uznając nawet, że w przyszłości chciałby rządzić bez ich udziału. Kretschmer należał również do najzgorzalszych krytyków koalicji sygnalizacji świetlnej na poziomie federalnym, a zwłaszcza do przeciwników Sojuszu 90 / Zielonych jako partii opowiadającej się za liberalną polityką migracyjną i wspierającej Ukrainę w wojnie przeciwko Rosji. W obu tych kwestiach szef saksońskiego rządu wyrażał daleko idący sceptycyzm, zbliżając się bardziej do BSW i AfD⁴⁶.

Rezygnacja saksońskich Zielonych z eksponowania w kampanii plakatowej haseł związanych z ochroną środowiska mogła być podyktowana względami taktycznymi. Uznanie tradycyjnych postulatów tej partii za priorytetowe oznaczałoby zapewne narażenie się na niepotrzebne z jej punktu widzenia spory z CDU, a zwłaszcza z Kretschmerem,

⁴⁵ *Von Arbeit bis Zusammenhalt: das Regierungsprogramm der SPD Sachsen 2024 bis 2029*, SPD-Landesverband Sachsen, Dresden [2024]: <<https://2024.spdsachsen.de/wp-content/uploads/2024/06/2024-Soziale-Politik-fuer-Sachsen.pdf>> [dostęp: 18 XI 2024].

⁴⁶ M. Brodtkorb, *Sachsen wählt die Ampel ab*, „Cicero. Magazin für politische Kultur” [online], 1 IX 2024 [dostęp: 22 XI 2024]: <<https://www.cicero.de/innenpolitik/landtagswahl-in-sachsen-sachsen-wahlt-die-ampel-ab>>.

który miałby decydujący głos w sprawie doboru koalicjantów w nowym rządzie, do którego Zieloni aspirowali. Ów pragmatyzm może jednak dziwić, i to nie tylko ze względu na polityczny i ideologiczny profil partii, ale również na fakt, że problematyka ekologiczna stanowiła trzon jej programu przed wyborami krajowymi w Saksonii. W pierwszym punkcie wymieniono tam cele ochrony klimatu i szybkiego rozwoju odnawialnych źródeł energii. W drugim mowa jest o ochronie klimatu, zasobów naturalnych, gatunków, wód i lasów, a w dalszej części partia zapewnia o wsparciu dla rolnictwa z uwzględnieniem w równym stopniu interesów ludzi oraz zwierząt i środowiska⁴⁷.

W kampanii plakatowej Zielonych wybrzmiał natomiast podniesiony w punkcie czwartym programu postulat lepszych i równych szans edukacyjnych. Na plakatach znalazły się także odniesienia do punktu szóstego, który dotyczył systemu opieki zdrowotnej. Zaproponowano w nim m.in. zwiększenie liczby pracowników niemedycznych w gabinetach lekarskich oraz podwojenie wydatków na modernizację saksońskich szpitali. Inne ważniejsze punkty zaprezentowane w programie wyborczym Zielonych (a tylko częściowo obecne w kampanii plakatowej) dotyczyły: wsparcia dla równouprawnienia i eliminowania dyskryminacji we wszystkich jej formach (pkt 5), zapewnienia przystępnych cenowo mieszkań umożliwiających samodzielne życie (pkt 7), zwiększania powszechnego dostępu do transportu i solidarnego myślenia w tym zakresie o interesach miasta i wsi (pkt 9), obrony demokracji i wspierania społeczeństwa obywatelskiego (pkt 10) czy wzmacniania w Saksonii wartości europejskich i współpracy międzynarodowej (pkt 12). W ostatnim punkcie przyznano, że to, co w Europie jest cenne, czyli demokracja, rządy prawa i prawa człowieka, należy chronić przed zapędami autokratów. W tym miejscu wyrażone zostało także poparcie dla przystąpienia Ukrainy do UE oraz prawa Izraela do istnienia jako państwo⁴⁸.

Dziwić może niewyeksponowanie w kampanii plakatowej Zielonych wymienionego w ich programie postulatu obrony demokracji przed prawicowym ekstremizmem, zwłaszcza że był jednym z głównych elementów przekazu partii przed wyborami europejskimi w czerwcu 2024 r. Na plakatach wykorzystywano wówczas zdjęcia z wielotyśięcznych protestów organizowanych w Niemczech przeciwko skrajnej prawicy. Posłużono się także hasłami: „Tylko demokracja zapewnia wolność” czy „Pokrzyżuj plany nazistów”. Podjęcie tego tematu w okresie przedwyborczym niewątpliwie przyczyniło się do wzrostu napięcia, które towarzyszyło ówczesnej kampanii w Saksonii. Wyróżnienie innych, niebudzących kontrowersji kwestii przed wrześniowymi wyborami krajowymi może wskazywać, że celem partii było ostudzenie emocji i skupienie się na najbardziej istotnych dla obywateli sprawach socjalnych.

Alternatywa dla Niemiec, a więc skrajnie prawicowa, populistyczna i opozycyjna wobec elit rządzących partia protestu zanotowała wzrost poparcia o 3,1 p.p. i ok. 124 tys. głosów w porównaniu do wyborów z 2019 r.⁴⁹ Po głosowaniu z 1 września 2024 r. utrzy-

⁴⁷ *Sachsen gemeinsam bewegen, Kurzwahlprogramm zur Landtagswahl 2024*, Bündnis 90 / Die Grünen, Dresden [2024]: <https://gruene-sachsen.de/wp-content/uploads/2024/07/Kurzwahlprogramm_Landtagswahl_2024.pdf> [dostęp: 23 XI 2024].

⁴⁸ Tamże.

⁴⁹ V. Neu, S. Pokorny, *Landtagswahl...*, s. 3.

mała pozycję drugiej siły politycznej w Saksonii i najsilniejszego ugrupowania opozycyjnego w Landtagu. W nowym składzie Landtagu dysponuje 40 mandatami, czyli 2 więcej niż w poprzedniej kadencji⁵⁰. Głównym celem kampanii plakatowej AfD było wzbudzenie u odbiorców emocji, zwłaszcza negatywnych: oburzenia, niechęci i niezgody na warunki dyktowane obywatelom przez elity rządzące. Wyrazem sprzeciwu wobec zastanej rzeczywistości społecznej i politycznej w Saksonii miało być oddanie głosu na Alternatywę, do czego zachęcały m.in. zamieszczane na plakatach wyborczych krótkie hasła i proste recepty na problemy trapiące zwykłych mieszkańców kraju.

Rozwiązania proponowane przez partię wskazują na jej wyraźny populistyczny charakter. Z plakatów rozwieszonych w Dreźnie można się było dowiedzieć, że AfD opowiada się za obniżeniem niektórych opłat (np. za przedszkole) lub ich likwidacją (jak w przypadku abonamentu radiowo-telewizyjnego) przy jednoczesnym obniżeniu podatków. Nie ma także wątpliwości, w czym imieniu mają działać rządzący. Kandydatka AfD w okręgu wyborczym Drezno 6 przypominała na swoim plakacie, że wszelka władza pochodzi od ludu. Priorytety jej ugrupowania określały także inne hasła: „Nasi obywatele w pierwszej kolejności” oraz „Wszystko dla Saksonii” („Alles für Sachsen”). Partia przekonywała w kampanii, że będzie skuteczną alternatywą dla obecnych rządów, ponieważ spełni obietnice składane przez CDU.

Z programu AfD sformułowanego przed wyborami krajowymi w 2024 r. wyłania się obraz partii wspierającej model państwa opiekuńczego, opartego na zasadzie solidarności. Jednym z jej celów jest wyrównywanie różnic między miastem i wsią, a szczególną uwagę zwraca na potrzebę rozbudowy infrastruktury drogowej obszarów wiejskich. W skali całej Saksonii AfD opowiada się za rozwijaniem sieci dróg rowerowych, a w obszarze transportu drogowego odrzuca ograniczenie prędkości na autostradach i zmniejszenie jej do 30 km/h w centrach miast. Zasada solidarności ma się przejawiać m.in. w zrównaniu wysokości emerytur we wschodniej i zachodniej części Niemiec, a dzieciom w przedszkolach i szkołach powinny być zapewnione bezpłatne obiady. Ugrupowanie to dostrzega również potrzebę interwencji państwa w działanie rynku mieszkaniowego i zapewnienia większego wsparcia w zakupie niedrogich nieruchomości, np. poprzez złagodzenie przepisów budowlanych i unikanie wprowadzania nowych. Politycy partii uważają również, że mieszkania odziedziczone przez członków rodziny powinny być zwolnione z podatku spadkowego, i zamierzają prowadzić w tej sprawie kampanię na szczeblu federalnym⁵¹.

Receptą na problem braków lokalowych ma być zdaniem AfD m.in. przyspieszanie deportacji imigrantów. Niechętny stosunek tej partii do napływu obcokrajowców widoczny jest jednak nie tylko w tym kontekście, wzywa bowiem do gruntownej reformy prawa azylowego i imigracyjnego w celu ograniczenia nadużyć i przeciwdziałania utracie kontroli państwa nad tym procesem. W programie Alternatywy stwierdza się, że Niemcy muszą mieć możliwość wyboru osób, które chcą tam mieszkać na stałe, mają odpowiednie kwalifikacje zawodowe, cechują się zgodnością kulturową i religijną

⁵⁰ Tamże.

⁵¹ *Wahlprogramm der AfD Sachsen für die Landtagswahl Sachsen 2024. Damit Sachsen Heimat bleibt*, [Alternative für Deutschland, b.d.m.w.]: <<https://afdsachsen.de/wp-content/uploads/afd-wahlprogramm-landtagswahl-sachsen-2024.pdf>> [dostęp: 25 XI 2024].

oraz są gotowe do integracji⁵². Elementy programu, które uznano za kluczowe dla pozyskania wyborców, zostały zasygnalizowane w postaci haseł i postulatów w kampanii plakatowej. Były to zwłaszcza kwestie polityki imigracyjnej oraz bezpieczeństwa socjalnego.

Niewątpliwy sukces w wyborach z 1 września 2024 r. odniósł utworzony ledwie w styczniu tego roku antysystemowy, populistyczny i prorosyjski Sojusz Sahry Wagenknecht. Uzyskując niemal 12 proc. głosów i 15 mandatów w Landtagu, wyraźnie wyprzedził SPD, Zielonych i Lewicę, stając się trzecią siłą polityczną w Saksonii. W kampanii wyborczej tego ugrupowania zwracało uwagę podejmowanie tematów o znaczeniu ogólnoniemieckim, a co za tym idzie apele do podjęcia odpowiednich działań na płaszczyźnie federalnej. W retoryce Sojuszu szczególnie wyeksponowany został problem wstrzymania pomocy dla walczącej z rosyjską agresją Ukrainy⁵³. W tej sprawie BSW prezentował podobnie skrajny i populistyczny punkt widzenia jak AfD. W kwestiach szczegółowych partia Wagenknecht uznała, że rząd Saksonii powinien prowadzić kampanię na rzecz natychmiastowego zawieszenia broni w Ukrainie. Jej zdaniem ważne jest doprowadzenie do zakończenia wojny, a w tym celu należy się zwrócić do prezydenta Rosji i zaproponować mu negocjacje pokojowe. W okresie przedwyborczym liderka partii zaznaczyła, że BSW zgodzi się współzrządzić w Saksonii i Turyngii tylko wtedy, gdy w umowach koalicyjnych zostaną zapisane jej priorytety polityczne. W obszarze polityki zagranicznej zakładają one odrzucenie planów rozmieszczenia w Niemczech amerykańskiej broni dalekiego zasięgu i zaprzestania dostaw broni dla Ukrainy⁵⁴.

Przyjęcie przez Wagenknecht i jej partię tak katerycznej postawy mogło mieć związek z silnym sceptycyzmem mieszkańców byłej NRD wobec działań rządu Olafa Scholza w sprawie pomocy dla Ukrainy. Według instytutu badania opinii publicznej Forsa aż 36 proc. ankietowanych w kwietniu 2024 r. Niemców ze wschodu kraju uważało, że państwo robi zbyt wiele, by wspierać Ukrainę⁵⁵. Partie takie jak BSW i AfD zdawały sobie sprawę, że niezadowoleni z takiego kierunku polityki federalnej saksońscy wyborcy mogą oddać głosy na ugrupowania, które wyrażają w tej sprawie sprzeciw i domagają się skierowania środków publicznych na rozwiązywanie problemów wewnątrzniemieckich.

Podczas kampanii wyborczej BSW i AfD połączyły jeszcze co najmniej dwie kwestie. Pierwszą było powstrzymanie niekontrolowanego zdaniem partii napływu imigrantów do RFN i obniżenie przyznawanych im świadczeń socjalnych. Warto podkreślić, że

⁵² Tamże.

⁵³ K. Frymark, *Sukces AfD i BSW w Turyngii i Saksonii*, „Ośrodek Studiów Wschodnich” [online], 2 IX 2024 [dostęp: 24 XI 2024]: <<https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/analizy/2024-09-02/sukces-afd-i-bsw-w-turyngii-i-saksonii>>.

⁵⁴ A. Patrzyłas, *Wybory regionalne w Saksonii i Turyngii. Zaporowe warunki niemieckiej lewicy?*, „Forsal” [online], 29 VIII 2024 [dostęp: 24 XI 2024]: <<https://forsal.pl/swiat/artykuly/9594785,wybory-regionalne-w-saksonii-i-turyngii-zaporowe-warunki-niemieckiej.html>>.

⁵⁵ Odpowiedź tę w badaniu instytutu Forsa przeprowadzonym w dniach 12–15 IV 2024 r. na zlecenie stacji RTL/NTV zaznaczyło 26 proc. respondentów z zachodnich Niemiec. Zob. *Deutsche zufriedener mit Ukraine-Hilfe*, „NTV” [online], 16 IV 2024 [dostęp: 22 XI 2024]: <<https://www.n-tv.de/politik/Deutsche-zufriedener-mit-Ukraine-Hilfe-article24876952.html>>.

w swoim programie wyborczym Sojusz opowiedział się wprawdzie za podstawowym prawem do azylu, ale koncentrował się głównie na integracji uchodźców. Według tej partii jest ona niezbędna, by przywrócić akceptację obywateli dla imigracji. Zastrzeżono jednocześnie, że w Niemczech powinny pozostać tylko osoby przestrzegające prawa⁵⁶. Drugą kwestią miało być również zapowiedziane w programie wyborczym rozliczenie polityki władz państwowych w czasach pandemii koronawirusa. Już po wyborach BSW poparł wniosek parlamentarnej frakcji AfD w sprawie powołania w Landtagu specjalnej komisji śledczej do zbadania zasadności podejmowanych wówczas decyzji⁵⁷.

Kampania plakatowa BSW przed wyborami krajowymi w Saksonii ukazała, jak dalece partia ta związana jest wizerunkowo i *de facto* uzależniona od swojej przewodniczącej. Trudno było bowiem nie zauważyć, że zdjęcia Sahry Wagenknecht znajdowały się na każdym plakacie ugrupowania. Obok liderki prezentowane były najczęściej słowa klucze, przez pryzmat których BSW chciał być postrzegany w kampanii wyborczej, a wraz z nimi – bardziej szczegółowe komentarze i odniesienia do sytuacji społeczno-politycznej w kraju. Wyeksponowano w ten sposób „bezpieczeństwo”, które powiązane zostało z „przeciążeniem nas wszystkich niekontrolowaną migracją”. Do „edukacji” przypisano z kolei zdanie: „Bo liczenie jest ważniejsze od genderowania!” („*Weil Rechnen wichtiger ist als Gendern!*”). Na podobnej zasadzie zestawiono „godność” z przekonaniem, że „dobre emerytury oznaczają bezpieczeństwo”. Wymowne było również przywołanie „zdrowia” w kontekście „człowieka, który jest ważniejszy od zysku”. Warto podkreślić, że prezentowane na plakatach słowa klucze w dużym stopniu odpowiadały tytułom rozdziałów i poszczególnych punktów programu wyborczego partii.

Podsumowanie

W kampanii plakatowej przed wyborami do saksońskiego Landtagu w 2024 r. główne partie polityczne stosowały różne strategie komunikowania się z wyborcami. Ugrupowaniami, które postanowiły skoncentrować uwagę na osobie polityka, były CDU, SPD i BSW. Wybierano przy tym indywidualizację, a nie prywatyzację jako wariant personalizacji w komunikacji wyborczej. Chadeacy za wizerunkową lokomotywę swojej kampanii uznali Michaela Kretschmera, który jako premier rządu krajowego cieszy się wśród

⁵⁶ *Sachsens Zukunft: friedlich, vernünftig, gerecht. Wahlprogramm zur Landtagswahl 2024*, Bündnis Sahra Wagenknecht – Vernunft und Gerechtigkeit, Landesverbandes Sachsen, [b.r.m.w.]: <<https://bsw-vg-sachsen.de/wp-content/uploads/2024/05/landtagswahlprogramm2024.pdf>> [dostęp: 22 XI 2024].

⁵⁷ 25 X 2024 r. saksoński Landtag zdecydował o powołaniu komisji śledczej ds. pandemii koronawirusa. AfD przeforsowała zatem swój wniosek o zbadanie uchyleń rządu krajowego w tym zakresie. Kilkoro deputowanych BSW również głosowało za, w tym współprzewodnicząca saksońskich struktur BSW i główna kandydatka partii w wyborach krajowych we wrześniu 2024 r. Sabine Zimmermann. Inni parlamentarzyści BSW wstrzymali się od głosu. Zob. *AfD Sachsen setzt Corona-Untersuchungsausschuss durch*, „Zeit” [online], 25 X 2024 [dostęp: 22 XI 2024]: <<https://www.zeit.de/politik/deutschland/2024-10/sachsen-corona-untersuchungsausschuss-landtag-sachsen-afd-bsw>>.

wielu Saksończyków dobrą opinią. Starano się podkreślać w kampanii jego zasługi dla Saksonii, eksponować pozytywne cechy charakteru i kreować go na przywódcę, który jednoczy mieszkańców kraju. Przekaz CDU był raczej stonowany, odideologizowany i w niewielkim stopniu zorientowany na kampanię negatywną. Strategia wyborcza była przemyślana i spójna.

Popularność szefa rządu postanowiła wykorzystać także SPD. Na plakatach tej partii przekonywano, że za politycznymi sukcesami Kretschmera stoi także członkini jego gabinetu, a jednocześnie liderka saksońskich socjaldemokratów Petra Köpping. Przedstawiana była też chętnie na innych, niezwiązanych z osobą premiera plakatach wyborczych. Atrybutami liderki miały być doświadczenie polityczne, sprawność w działaniu oraz zdolność do współpracy. W kampanii SPD prezentowane były zgodne z programem wyborczym postulaty mające podkreślić szczególną wrażliwość partii na problemy społeczne. Mimo wyeksponowania tej tematyki przekaz trudno uznać za ideologiczny. Socjaldemokraci nie posługiwali się też narzędziami kampanii negatywnej, starając się skupiać uwagę na sobie, swojej liderce i programie wyborczym.

Inną strategię komunikacyjną przyjęli saksońscy Zieloni. Przekaz tej partii nie koncentrował się wyrażnie na jednej osobie – partyjnego lidera czy głównego kandydata na liście wyborczej. W kampanii plakatowej nie eksponowano nad wyraz postulatów związanych z ochroną środowiska, a prezentowane hasła dotyczyły głównie spraw społecznych. Obrona demokracji przed zagrożeniem ze strony prawicowych ekstremistów nie była głównym tematem podejmowanym przez Zielonych. Ich kampanię można określić jako defensywną i nieśmiałą, a jej celem mogło być wykazanie dojrzałości politycznej i gotowości do udziału w kolejnej koalicji rządowej.

Głównym celem kampanii plakatowej AfD było wzbudzenie w odbiorcach negatywnych emocji. W ich oczach miał powstać lub utrwalić się obraz tego ugrupowania jako obrońcy obywateli słabszych, biedniejszych, zepchniętych na margines oraz zapomnianych przez władze federalne i krajowe. Partia chętnie wskazywała, że winę za kryzysy ponoszą jej przeciwnicy polityczni oraz niemile widziani przez nią imigranci. Dowodzi to, że główną strategią komunikacyjną AfD była kampania negatywna. Z pewnością ugrupowanie to nie wykorzystywało personalizacji politycznej, ponieważ na plakatach nie eksponowano postaci partyjnych przywódców. Alternatywa miała być monolitem i zgraną drużyną, która chce służyć narodowi. Postulaty gospodarcze sytuowały tę partię raczej po stronie wrażliwej socjalnie lewicy, przy czym prezentowane przez nią treści dotyczyły częściej spraw ogólnoniemieckich niż bezpośrednio saksońskich. Plakaty partii zawierały przy tym więcej tekstu niż elementów graficznych.

Kampania plakatowa Sojuszu Sahry Wagenknecht pod względem treści niewiele różniła się od zaprezentowanej przez AfD. Grupę docelową miały tu stanowić osoby rozczarowane polityką i postępowaniem elit, nieufne wobec partii głównego nurtu, w swoim przekonaniu zmarginalizowane społecznie i zapomniane⁵⁸. Sojusz przekonywał w kampanii, że chce przywrócić im godność i zapewnić bezpieczeństwo. W działaniach przedwyborczych wykorzystano rozpoznawalność i popularność liderki, której postać była nieodzownym elementem treści plakatów. BSW w większym stopniu niż

⁵⁸ Por. K. Gelles, *Uwarunkowania sukcesu Alternatywy dla Niemiec w nowych krajach związkowych*, „Przegląd Zachodni” 2023, nr 3, s. 8, 18.

AfD starał się przekonać wyborcę wschodnioniemieckiego i uwzględniać specyfikę życia w nowych krajach związkowych. W interesie tej partii nie leżało posługiwanie się przekazem i językiem ideologicznym, ponieważ mogłoby to ograniczyć odbiorców do jednej, wyraźnie wyodrębnionej grupy. Dość śmiało ukazywano jednak niechętny stosunek wobec imigrantów i głoszone hasła prorosyjskie.

Partie, których kampanie plakatowe zostały objęte analizą w niniejszym tekście, postawiły na strategię dezideologizacji, wychodząc najpewniej z założenia, że trzymanie się ściśle ideowych zasad nie zmobilizuje szerszego grona potencjalnych wyborców. Partie koalicji rządowej z oczywistych względów nie decydowały się na krytykę sytuacji społeczno-politycznej i gospodarczej w Saksonii. Z wyjątkiem Zielonych starały się przenieść uwagę odbiorców na osoby partyjnych przywódców, którzy mają zasługi dla kraju i mogą dla niego jeszcze wiele zrobić. Po instrumentarium kampanii negatywnej chętnie sięgała natomiast populistyczna AfD.

Dokonana analiza wykazała, że obrona demokracji nie była kluczowym elementem kampanii plakatowej głównych ugrupowań politycznych uczestniczących w saskońskich wyborach krajowych w 2024 r. Temperatura sporu na tym tle osiągnęła punkt krytyczny kilka miesięcy wcześniej – przed wyborami do Parlamentu Europejskiego. Można założyć, że w partiach politycznych uznano taki sposób komunikowania się ze społeczeństwem za nieskuteczny i niemogący przynieść wymiernych korzyści. Być może zreflektowały się, że swą emocjonalną narracją same przyczyniły się do tak silnej polaryzacji społecznej i politycznej w Saksonii, że tak znaczące podziały nie służą im samym. Biorąc pod uwagę wszystkie powyższe wnioski, należy uznać, że postawiona we wstępie hipoteza badawcza nie może zostać potwierdzona.

„Alles für Sachsen” – Poster Campaign for the 2024 State Election in Saxony

In recent years, election campaigns have become increasingly professionalised, influenced among other things by advances in digital technologies. Although social media are playing an increasingly important role in the battle for voters, posters are still an important part of election campaigns. Through their appropriate placement in public spaces, they are able to reach a large audience, allowing political parties to inform and mobilise voters, as well as to fight for their favour by choosing specific slogans.

The year 2024 can be described as a super election year in Germany, as some of the country's citizens were able to go to the polls up to three times – in European, municipal and Landtag elections. In particular public attention was focused on the September elections in the so-called new federal states – Saxony, Thuringia and Brandenburg, as their outcome could lead to the creation of entirely new constellations on the German political scene. This can be traced back to the well-supported Alternative for Germany (AfD) as well as to the newly formed Sahra Wagenknecht's Alliance – For Reason and Justice (BSW).

This article aims to analyse what content was emphasised on election posters by the main political parties in Saxony and what communication strategies did they use. Did the slogans they present coincide with their official programme? Did the ruling

parties in Saxony communicate with their voters differently than the populist groups aspiring to this role?

The author decided to analyse the campaign for the 2024 Landtag election in Saxony for several important reasons. One of them is the tense political situation in the Land, which is the result of significant and increasing social polarisation. It should also be noted that Saxony is a federal state in whose political life extremist and populist groups make their presence felt in a particular way. One of the reasons why they are gaining in importance is their efficient election campaign, including the poster's one.

The research hypothesis will be verified that the election posters with their slogans, graphic elements and general message are plainly part of the political discourse in Saxony, whose main element is the defence of democracy.

The research hypothesis stating that the main theme of the poster campaign before the 2024 Saxon Landtag elections was the defence of democracy against the threat of right-wing extremism will also be verified.

To answer this hypothesis, the methods used are comparative and qualitative content analysis of the election posters – both on a textual and visual level. The research corpus consists in the posters presented in the Saxon capital Dresden. The starting point for the reflexion will be a discussion of theoretical issues related to the election campaign and the poster as its specific instrument. Subsequently, the socio-political situation in Saxony after the last election in 2019 and the course of this year's election campaign will be outlined, mainly in the context of the demands made by the various parties. Finally, the election results will be presented and discussed.

Keywords: Saxony, state elections, election campaign, election poster, electoral communication

„Alles für Sachsen” – kampania plakatowa w wyborach krajowych w Saksonii w 2024 r.

W ostatnich latach kampanie wyborcze uległy znacznej profesjonalizacji, na co wpłynął m.in. postęp technologiczny. Choć coraz większą rolę w walce o wyborców odgrywają media społecznościowe, to wciąż istotny element kampanii wyborczych stanowią plakaty. Odpowiednie rozmieszczenie ich w przestrzeni publicznej pomaga trafić do dużego grona odbiorców, dzięki czemu partie polityczne mogą informować i mobilizować elektorat, a także walczyć o jego przychylność za pomocą konkretnych haseł.

Rok 2024 można określić mianem superroku wyborczego w Niemczech, gdyż niektórzy obywatele tego kraju mogli pójść do urn nawet trzykrotnie – w wyborach europejskich, komunalnych i landowych. Szczególna uwaga opinii publicznej skupiała się na wrześniowych głosowaniach w nowych krajach związkowych – Saksonii, Turyngii i Brandenburgii, gdyż ich wynik mógł doprowadzić do wytworzenia całkowicie nowych konstelacji na niemieckiej scenie politycznej. Z jednej strony za sprawą cieszącej się dużym poparciem Alternatywy dla Niemiec (AfD), z drugiej zaś ze względu na nową formację, Sojusz Sahry Wagenknecht – Dla Rozsądku i Sprawiedliwości (BSW).

Celem artykułu jest zbadanie, jakie treści eksponowały na plakatach wyborczych główne partie polityczne w Saksonii i jakie przyjęły strategie komunikacyjne. Czy prezentowane hasła pokrywały się z ich oficjalnym programem? Czy partie rządzące w Saksonii komunikowały się ze swoimi wyborcami inaczej niż aspirujące do tej roli ugrupowania populistyczne?

Autor postanowił poddać analizie kampanię przed wyborami krajowymi w Saksonii w 2024 r. z kilku istotnych względów. Jednym z nich jest napięta sytuacja polityczna w tym kraju, będąca skutkiem znaczącej i wciąż rosnącej polaryzacji społecznej. Należy również zwrócić uwagę, że Saksonia to land, w którego życiu politycznym w sposób szczególnie zaznaczają swoją obecność ugrupowania ekstremistyczne i populistyczne. Zyskują na znaczeniu m.in. ze względu na sprawnie prowadzoną kampanię wyborczą, także tę plakatową.

Zweryfikowana zostanie także hipoteza badawcza, że głównym tematem kampanii plakatowej przed wyborami do saksońskiego Landtagu w 2024 r. była obrona demokracji przed zagrożeniem ze strony prawicowego ekstremizmu.

Metodami, które posłużą do odpowiedzi na postawione pytania badawcze, będą analiza porównawcza i jakościowa analiza treści plakatów wyborczych, zarówno na płaszczyźnie tekstowej, jak i wizualnej. Korpus badawczy stanowią plakaty prezentowane w stolicy Saksonii – Dreźnie. Punktem wyjścia do rozważań będzie omówienie zagadnień teoretycznych związanych z kampanią wyborczą i plakatem jako jej szczególnym instrumentem. Następnie nakreślona zostanie sytuacja społeczno-polityczna w Saksonii po ostatnich wyborach w 2019 r. oraz przebieg kampanii wyborczej w 2024, głównie w kontekście postulatów zgłaszanych przez poszczególne partie. Zaprezentowane będą wreszcie i skomentowane wyniki wyborów.

Słowa kluczowe: Saksonia, wybory krajowe, kampania wyborcza, plakat wyborczy, komunikacja wyborcza

Bibliografia

- AfD Sachsen setzt Corona-Untersuchungsausschuss durch*, „Zeit” [online], 25 X 2024 [dostęp: 22 XI 2024]: <<https://www.zeit.de/politik/deutschland/2024-10/sachsen-corona-untersuchungsausschuss-landtag-sachsen-afd-bsw>>.
- Amm J., Rellecke W., *Wahlen und Parteien in Sachsen*, Sächsische Landeszentrale für politische Bildung, Dresden 2024.
- Artinger K., *Das politische Plakat – Einige Bemerkungen zur Funktion und Geschichte*, [w:] *Die Grundrechte im Spiegel des Plakats 1919–1999*, Hrsg. K. Artinger, Deutsches Historisches Museum, Berlin 2000.
- Brandanschlag auf Asyl-Unterkunft in Dresden*, „Sächsische Zeitung. Bautzen”, 2 X 2023.
- Brandt M., *Wie viele Menschen haben an Demos gegen Rechts teilgenommen?*, „Statista” [online], 22 I 2024 [dostęp: 3 X 2024]: <<https://de.statista.com/infografik/31613/geschaeetzte-anzahl-der-teilnehmerinnen-bei-demonstrationen-gegen-rechtsextremismus/>>.
- Brettschneider F., *Wahlkampf: Funktionen, Instrumente und Wirkungen*, „Bürger & Staat” 2021, H. 3.

- Brodkorb M., *Sachsen wählt die Ampel ab*, „Cicero. Magazin für politische Kultur” [online], 1 IX 2024 [dostęp: 22 XI 2024]: <<https://www.cicero.de/innenpolitik/landtagswahl-in-sachsen-sachsen-wahlt-die-ampel-ab>>.
- Bukow S., *Landtagswahl Sachsen 2019. Ergebnisse und Analysen*, Heinrich Böll Stiftung, Berlin 2019: <https://www.boell.de/sites/default/files/demokratie_gesellschaft_16_landtagswahl_sachsen_2019_korrigiert.pdf> [dostęp: 19 IX 2024].
- Deutsche zufriedener mit Ukraine-Hilfe*, „NTV” [online], 16 IV 2024 [dostęp: 22 XI 2024]: <<https://www.n-tv.de/politik/Deutsche-zufriedener-mit-Ukraine-Hilfe-article24876952.html>>.
- Duhm L., Steinmetz V., *Kenia-Partner einigen sich auf Koalitionsvertrag*, „Spiegel” [online], 30 XI 2019 [dostęp: 17 IX 2024]: <<https://www.spiegel.de/politik/deutschland/sachsen-cdu-gruenen-und-spd-einigen-sich-auf-koalitionsvertrag-a-1299097.html>>.
- Encyklopedia politologii*, t. 3: *Partie i systemy partyjne*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, Kantor Wydawniczy „Zakamycze”, Kraków 1999.
- Ergebnisse und Fraktionsstärken 1990 bis 2024*, „Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen” [online, dostęp: 4 XI 2024]: <<https://www.landtag.sachsen.de/de/mitgestalten/wahlen/wahlergebnisse-9124.cshtml>>.
- Europawahlkampf 2019: Zur Rolle der Medien*, Hrsg. Ch. Holtz-Bacha, Springer VS, Wiesbaden 2020.
- Frymark K., *Sukces AfD i BSW w Turyngii i Saksonii*, „Ośrodek Studiów Wschodnich” [online], 2 IX 2024 [dostęp: 24 XI 2024]: <<https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/analizy/2024-09-02/sukces-afd-i-bsw-w-turyngii-i-saksonii>>.
- Gegen Rechtsextreme: Demonstrationen in elf Städten Sachsens*, „Der Mitteldeutsche Rundfunk” [online], 21 I 2024 [dostęp: 12 X 2024]: <<https://www.mdr.de/nachrichten/sachsen/sonntag-demos-gegen-afd-rechtsextreme-100.html>>.
- Gelles K., *Uwarunkowania sukcesu Alternatywy dla Niemiec w nowych krajach związkowych*, „Przegląd Zachodni” 2023, nr 3.
- Gesamtzahl der offiziell gezählten Kriegsflüchtlinge aus der Ukraine in Deutschland von März 2022 bis Oktober 2024*, „Statista” [online, dostęp: 15 XI 2024]: <<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1294820/umfrage/kriegsfluechtlinge-aus-der-ukraine-in-deutschland/>>.
- Die Grundrechte im Spiegel des Plakats 1919–1999*, Hrsg. K. Artinger, Deutsches Historisches Museum, Berlin 2000.
- Hummel S., *Sachsen hat gewählt. Übersicht der Wahlergebnisse und erste Deutungen*, „Rosa Luxemburg Stiftung. Sachsen” [online], 3 IX 2024 [dostęp: 3 XI 2024]: <<https://sachsen.rosalux.de/news/id/52461/sachsen-hat-gewaeht>>.
- Husmann W., Kammer A., *Empörung über Fackel-Aufmarsch vor Wohnhaus von sächsischer Ministerin*, „Zeit” [online], 4 XII 2021 [dostęp: 1 X 2024]: <<https://www.zeit.de/politik/deutschland/2021-12/petra-koepping-corona-protest-fackeln-sachsen>>.
- Impfquote gegen das Coronavirus (COVID-19) in Deutschland nach Bundesländern (Stand: 5. März 2024)*, „Statista” [online, dostęp: 20 IX 2024]: <<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1195108/umfrage/impfungen-gegen-das-coronavirus-je-einwohner-nach-bundeslaendern/>>.
- Kollenberg K., *Fünf Erkenntnisse aus der Landtagswahl in Sachsen*, „Döbelner Allgemeine Zeitung”, 2 IX 2024.
- Kollenberg K., *Kleiner Seitenhieb: SPD „wirbt” mit Michael Kretschmer auf Wahlplakat*, „Leipziger Volkszeitung” [online], 11 VII 2024 [dostęp: 12 XI 2024]: <<https://www.lvz.>

- de/mitteldeutschland/sachsen-landtagswahl-spd-nutzt-michael-kretschmer-in-wahlkampagne-VIMAXIBH3NECPPDJDTPQN7GVE.html>.
- Leksykon politologii, red. A. Antoszewski, R. Herbut, Wydawnictwo „Atla 2”, Wrocław 1995.
- Loch R., *Angriff auf Wahlkämpfer*innen in Dresden: SPD-Europaabgeordneter Ecke im Krankenhaus*, „Leipziger Zeitung” [online], 4 V 2024 [dostęp: 3 X 2024]: <<https://www.l-iz.de/politik/sachsen/2024/05/angriff-wahlkampf-dresden-588122>>.
- Mazur M., *Personalizacja kampanii wyborczej. Przypadek polskich wyborów parlamentarnych w 2015 roku*, [w:] *Polskie wybory 2014–2015. Kontekst krajowy i międzynarodowy – przebieg rywalizacji – konsekwencje polityczne*, t. 1, red. M. Kolczyński, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017.
- Neu V., Pokorny S., *Landtagswahl in Sachsen am 1. September 2024*, Konrad-Adenauer-Stiftung, Berlin, wrzesień 2024 (Monitor Wahl- und Sozialforschung): <<https://www.kas.de/de/monitor-wahl-und-sozialforschung/detail/-/content/wahlanalyse-der-landtagswahl-in-sachsen-am-1-september-2024>> [dostęp: 8 XI 2024].
- Patrzylas A., *Wybory regionalne w Saksonii i Turynii. Zaporowe warunki niemieckiej lewicy?*, „Forsal” [online], 29 VIII 2024 [dostęp: 24 XI 2024]: <<https://forsal.pl/swiat/artykuly/9594785,wybory-regionalne-w-saksonii-i-turyngii-zaporowe-warunki-niemieckiej.html>>.
- Pfeifer H., *Protest przeciwko AfD: w poszukiwaniu strategii*, „Deutsche Welle” [online], 23 I 2024 [dostęp: 12 X 2024]: <<https://www.dw.com/pl/protest-przeciwko-afd-w-poszukiwaniu-strategii/a-68066487>>.
- Polskie wybory 2014–2015. Kontekst krajowy i międzynarodowy – przebieg rywalizacji – konsekwencje polityczne*, t. 1, red. M. Kolczyński, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017.
- Sachsen gemeinsam bewegen, Kurzwahlprogramm zur Landtagswahl 2024*, Bündnis 90 / Die Grünen, Dresden [2024]: <https://gruene-sachsen.de/wp-content/uploads/2024/07/Kurzwahlprogramm_Landtagswahl_2024.pdf> [dostęp: 23 XI 2024].
- Sachsens Zukunft: friedlich, vernünftig, gerecht. Wahlprogramm zur Landtagswahl 2024*, Bündnis Sahra Wagenknecht – Vernunft und Gerechtigkeit, Landesverbandes Sachsen, [b.r.m.w.]: <https://bsw-vg-sachsen.de/wp-content/uploads/2024/05/landtagswahlprogramm_2024.pdf> [dostęp: 22 XI 2024].
- Satzung der Landeshauptstadt Dresden zur Verfahrensregelung über die Werbung für politische Zwecke auf öffentlichen Straßen während der Wahlkampfzeit (Satzung Verfahrensregelung Wahlwerbung)*. Vom 21. Februar 2008, „Dresdner Amtsblatt”, 6 III 2008, Nr. 10/08: <https://www.dresden.de/media/pdf/satzungen/satzung_verfahrensregelung_wahlwerbung.pdf> [dostęp: 2 XI 2024].
- Statistiken und Umfragen zu Landtagswahlen und zur politischen Stimmung in Sachsen*, „Statista” [online, dostęp: 4 XI 2024]: <<https://de.statista.com/themen/165/wahl-sachsen/#topicOverview>>.
- Statistische Mitteilungen. Landtagswahl 2019*, Landeshauptstadt Dresden, Kommunale Statistikstelle, Dresden 2023: <<https://www.dresden.de/media/pdf/online-shop/statistikstelle/Landtagswahl-2019-Ergebnisse-in-Dresden.pdf>> [dostęp: 8 XI 2024].
- Swenson Ch., *Proteste nach Brandanschlag*, „Die Tageszeitung”, 29 VII 2024.
- „Team Kretschmer” [online, dostęp: 12 XI 2024]: <<https://www.teamkretschmer.de>>.
- Umfragen Sachsen*, „Wahlen, Wahlrecht und Wahlsysteme” [online]: <<https://www.wahlrecht.de/umfragen/landtag/sachsen.htm>> [dostęp: 13 XI 2024].

- Ustawa Zasadnicza dla Republiki Federalnej Niemiec z dnia 23 maja 1949 r.*, Deutscher Bundestag, Berlin 2022: <<https://www.btg-bestellservice.de/pdf/80205000.pdf>> [dostęp: 19 X 2024].
- Venema N., Steffan D., *Kleine Parteien, unprofessionelle Kampagnen? Strukturen und Strategien der Plakatwerbung im Europawahlkampf 2019*, [w:] *Europawahlkampf 2019: Zur Rolle der Medien*, Hrsg. Ch. Holtz-Bacha, Springer VS, Wiesbaden 2020.
- Völkl K., *Die Landtagswahlen in Brandenburg, Sachsen und Thüringen 2024: Neue Formen des Regierens als Antwort auf die Wahlergebnisse*, „Zeitschrift für Politikwissenschaft” 2024, H. 4.
- Von Arbeit bis Zusammenhalt: das Regierungsprogramm der SPD Sachsen 2024 bis 2029*, SPD-Landesverband Sachsen, Dresden [2024]: <<https://2024.spdsachsen.de/wp-content/uploads/2024/06/2024-Soziale-Politik-fuer-Sachsen.pdf>> [dostęp: 18 XI 2024].
- Wahlergebnisse*, „Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen” [online, dostęp: 4 XI 2024]: <<https://wahlen.sachsen.de/landtagswahl-2024-wahlergebnisse.php>>.
- Wahlprogramm der AfD Sachsen für die Landtagswahl Sachsen 2024. Damit Sachsen Heimat bleibt*, [Alternative für Deutschland, b.d.m.w.]: <<https://afdsachsen.de/wp-content/uploads/afd-wahlprogramm-landtagswahl-sachsen-2024.pdf>> [dostęp: 25 XI 2024].
- Weimer T.M., *Brandanschlag auf Bautzener Spreehotel*, „Sächsische Zeitung”, 29 X 2022.