

Michał Banczerz

Język polityki i polityków : wczoraj i dziś

Pisma Humanistyczne 5, 172-181

2003

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Michał Banczerz

JĘZYK POLITYKI I POLITYKÓW - WCZORAJ I DZIŚ

„...słowom, naszym,
Zmienionym chytrze przez krętaczy,
Jedynosc przywróc i prawdziwość...”
Julian Tuwim *Kwiaty polskie*

„...ty znasz moje chwytty, ja znam twoje marnujemy czas.”
Roger Vailland

Od najdawniejszych czasów ludzie posługują się językiem nie tylko po to, by opisywać otaczającą ich rzeczywistość czy przekazywać swoje myśli, odczucia, przeżycia, ale także po to, by wywierać nacisk na drugiego człowieka – przekonywać go do swoich poglądów, nakłaniać do działań zgodnych z ich intencjami, czyli podporządkować go sobie, zdobyć nad nim władzę. Język jest więc podstawowym narzędziem uprawiania polityki. W jego strukturze gramatycznej, otwartości słownika i składni, znaczeniowej giętkości i potencji słowotwórczej tkwią wielkie możliwości perswazyjnego oddziaływania, które potrafią wykorzystywać demagodzy. Bezkrytyczny i nieświadomiony odbiorca tekstów politycznych może łatwo popaść w ubezwłasnowolnienie, stać się ofiarą manipulacji. Nie znaczy to, że nie istnieje możliwość zachowania niezależności i wydawania obiektywnych sądów inna niż przez izolację od mediów.

Taką możliwość stwarza poznanie mechanizmów perswazji i językowych środków wyrażania ocen stosowanych przez polityków. Analizie tych właśnie mechanizmów chciałbym poświęcić swoją pracę. Ponadto, ponieważ język jest zawsze czułym barometrem zmian obyczajowych, społecznych, kulturowych, a zwłaszcza politycznych, moją analizę umieszczę w kontekście transformacji systemowej.

Ponieważ jednak omawiane przeze mnie zjawisko komunikacji politycznej jest bardzo rozległe i wieloaspektowe ograniczę się do przedstawienia jedynie pewnych, moim zdaniem najistotniejszych, ale w żadnej mierze nie wyczerpujących, aspektów tego zagadnienia. Moja praca będzie składała się z trzech części. W pierwszej wskażę na przemiany dotyczące samego przebiegu dyskursu politycznego jakie nastąpiły po transformacji systemowej, a które niewątpliwie determinują współczesny język polityki. W kolejnej części przedstawię te środki manipulacji zarówno werbalne jak i niewerbalne, które zapewniają odpowiednią atmosferę odbioru

przekazywanych treści, kształtują pożądany przez nadawcę stosunek do niego samego i/lub do treści jego wypowiedzi oraz ułatwiają zapamiętanie wystąpienia. W części ostatniej dokonam analizy językowych środków manipulacji stosowanych w wypowiedziach politycznych.

To, że zmiany po 1989r. wpłynęły na kształt językowy tekstów o tematyce politycznej, nie ulega wątpliwości. Czego dotyczą jednak te przemiany?

Pierwsza i podstawowa przemiana wiąże się z samym przebiegiem procesu komunikacji. Do 1989r. miał on w zasadzie charakter jednostronny. Wyraźnie dominował monolog nad dialogiem. W układzie monopolu informacyjnego miejsce centralne i decydujące zajmował nadawca. Był on swoistym „gospodarzem języka”. To on ustalał znaczenia i nazwy. Jego oceny nie podlegały zakwestionowaniu. Odbiorca pozostawał całkowicie bierny. Dopuszczany był do głosu tylko wtedy, gdy mówił takim samym szablonowym językiem i gdy jego wypowiedź przeszła przez sito cenzorskie. J. Bralczyk pisząc o ówczesnych relacjach między nadawcą a odbiorcą mówi o tzw. syndromie megafonu¹ – megafon wyklucza bowiem zwrotność komunikacji i dobrze symbolizuje tego, kto mówi. Należy zwrócić tu uwagę na jeszcze jeden fakt dotyczący samej formy wypowiedzi politycznej okresu PRL-u. Otóż niezależnie od nadawcy komunikat pozostawał ten sam – wygłoszony w „jedynie słusznym języku propagandy politycznej”.

Wraz ze ściągnięciem krępującego gorsetu cenzury i nowomowy pojawiła się swoboda wypowiedzi. Można mówić wszystko i jak się chce. To samo wydarzenie, ten sam fakt może być teraz opisany i zinterpretowany przez polityków na tysiące sposobów. Mamy więc w efekcie już nie jednego oficjalnego, lecz wielu mówiących różnymi „głosami” nadawców.

Jednocześnie, po roku 1989 nadawca stracił swoją przewagę nad odbiorcą. Został pozbawiony wyłączności, swoistego „monopolu słowa”. Współcześnie odbiorca ma takie samo prawo do wypowiedzi co nadawca m.in. może zabrać głos na spotkaniach z politykami, napisać komentarz do gazety (w rzeczywistości rolę tę pełnią jednak dziennikarze). A nawet więcej, bo to on decyduje, kogo będzie słuchał. W efekcie nadawcy tekstów muszą teraz zabiegać o słuchaczy i „dogadzać” im. Próbują więc, śledząc wyniki badań opinii publicznej i sondaży wyborczych², określić gust odbiorcy, jego problemy i dostosować treść swoich przemówień do jego potrzeb. Efektem tego staje się chociażby proces odmasowienia przekazu. Przed 1989r. odbiorca był traktowany jako pewna kategoria ogólna. Był zawarty w teście jako bezwzględny admirator poczyną

¹ J. Bralczyk, *Język polityki i polityków*, [w:] O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny, red. J. Miodek, str. 123-124.

² B. Dobek – Ostrowska w *Teorii komunikowania publicznego i politycznego* zwraca uwagę, że oprócz funkcji informacyjnej publikowanie wyników opinii publicznej staje się samym w sobie wydarzeniem politycznym szeroko komentowanym przez polityków i ich publiczność, nadającym rytm nie tylko debatom, ale także kampaniom wyborczym, str.119-125.

władzy czemu służyło m.in. dominujące w tekstach politycznych „my” inkluzywne, obejmujące nadawcę i odbiorcę. Transformacja systemowa wymusiła jednak i tu zmiany. Przekaz, aby stać się czytelny i wywołać zainteresowanie nie mógł dłużej być ujednoczony, skierowany do wszystkich, a właściwie do nikogo. Musiał zacząć być zindywidualizowany³, dopasowany do tej kategorii społeczno-zawodowej, do której był kierowany. Zawarty w tekście odbiorca nie był już everyman'em, ale „konkretnym kimś”- zidentyfikowaną, wyodrębnioną grupą społeczną.

Przejście od modelu komunikowania jako transmisji do modelu komunikowania zwrotnego jest przejawem generalnej tendencji, która nastąpiła wraz ze zmianą systemową, do zmniejszania się dystansu między nadawcą a odbiorcą oraz, idącego za tym, procesu zacierania się granic między mową potoczną a oficjalną o czym będę pisał w dalszej części swojej pracy.

Nie będzie przesadą jeżeli powiem, że współczesne komunikowanie polityczne polega na umiejętnym kokietowaniu słuchaczy. Współczesny polityk nie tylko musi swoją wypowiedzią stworzyć wrażenie zaangażowania i zrozumienia dla konkretnych problemów obywatela, czemu służy wspomniane odmasowienie przekazu, ale musi także dobrze się prezentować w czasie wystąpienia. Na język polityki, oprócz komunikatów werbalnych i zawartej w nich argumentacji, składa się bowiem warstwa komunikowania niewerbalnego, czyli tzw. profil symboliczny⁴, który związany jest m.in. ze zjawiskiem widoczności medialnej.⁵ W dobie demokracji ludowej zjawisko to było ograniczone, elita polityczna nie zwracała specjalnie na nie uwagi. Wiązało się to z ówczesnymi warunkami technicznymi m.in. ograniczoną ilością telewizorów⁶ oraz istnieniem cenzury, która nie tylko nie dopuszczała do emisji (czy druku) tekstów antypartyjnych, ale także określała co, jak i w jakim kontekście powinno być ukazane. Wraz z rokiem 1989 (powstaniem ustroju demokratycznego, wolności mediów) nastąpił wzrost profesjonalizacji aktywności politycznej⁷. Bycie politykiem zaczęło być rozumiane jednoznacznie z byciem osobą publiczną. „Pod presją mediów polityk jest zmuszony do zachowania czujności i ciągłej kontroli swojego zachowania.”⁸ Współczesny polityk buduje swój

³ R. Wiszniowski, *Marketing wyborczy*, str.108-111.

⁴ *profil symboliczny* czyli wizerunek, tożsamość polityczna tworzona za pomocą komunikatów niewerbalnych, takich jak gestykulacja, mimika, ubiór, artykulacja głosu itp., P. Pawełczyk, D.Piontek, *Socjotechnika w komunikowaniu politycznym*, str.42.

⁵ *widoczność medialna* to kreowanie przez media (głównie telewizję) wizerunku danej osoby, tworzenie z niej osoby publicznej, rozpoznawalnej z głosu i wyglądu. Szerzej o tym zjawisku pisze B. Dobek – Ostrowska w *Teorii komunikowania publicznego i politycznego*.

⁶ To m.in. telewizja sprawia, że komunikat jaki dociera do odbiorcy jest audiowizualny – tzn. łączący zarówno treści wizualne (obraz, szualne (obraz, sudałne (mowa, muzyka) oraz spaja je w spójną całość znaczeniową.

⁷ Proces ten wiąże się z pojawieniem się na scenie politycznej doradców politycznych (tzw. twórców tożsamości), ekspertów od sondaży opinii politycznej, telemetrii oraz szeregu innych specjalistów od marketingu politycznego.

⁸ B. Dobek – Ostrowska w *Teorii komunikowania publicznego i politycznego*, str.123.

wizerunek nie tylko poprzez jakąś działalność czy uwidaczniającą się w jego wypowiedziach erudycję i kompetentność, ale także przez odpowiedni strój, charakteryzację, parajęzyk, gestykulację itp. Nienaganny garnitur (kostium), „dopracowana” fryzura, zadbane wygląd, swoista elegancja i „sznyt”, płynne posługiwanie się językami obcymi, uśmiech, „luz”, łatwość prowadzenia rozmów z różnymi partnerami i w różnych okolicznościach to te m.in. cechy i zachowania, które stanowią atuty medialne, a których brak dyskwalifikuje współczesnego polityka. Klasycznym i najbardziej jaskrawym przykładem, choć z amerykańskiej areny politycznej, są debaty telewizyjne J.F.Kennedy’ego z R.Nixon’em podczas wyborów prezydenckich w 1960r., kiedy to „popołudniowy zarost” Nixon’a oraz ogólna prezentacja osłabiły jego szanse wyborcze. Rodzimy dowodem tego, jak telegeniczność może zaważyć na przyszłości polityka są kampanie prezydenckie A.Kwaśniewskiego. W czasie pierwszej kampanii nastąpiła zmiana barwy z czerwonej na niebieski, co idealnie komponowało się z oczami i słynnymi błękitnymi koszulami kandydata, postrzeganego przez to jako bardzo męskiego i przystojnego. W czasie drugiej, tego wizerunku nie udało się już podtrzymać, gdyż A. Kwaśniewski przytył i w efekcie należało zmienić jego image – z przystojnego mężczyzny na męża eleganckiej żony. Trzeba tu także wspomnieć o dość karykaturalnym zjawisku, ale często stosowanym przez niektórych polityków, a mianowicie o tzw. walce o obecność⁹. Komunikat w tym przypadku ograniczony jest do minimum. Nieistotne, co się mówi, ważne jest zaznaczenie swojej obecności, pokazanie się w mediach. Informacją staje się jedynie samo zaistnienie danej osoby na forum publicznym.

Nowy układ polityczny wprowadził również zmiany w samym rodzaju wypowiedzi. O ile w dawnym układzie podstawowymi gatunkami wypowiedzi o funkcji politycznej były zrytualizowane wystąpienia na plenach, przemówienia programowe, referaty i odczyty na zebraniach, o tyle teraz częściej mamy do czynienia z debatami, kampaniami wyborczymi i wystąpieniami na wiecach, mityngach czy festynach. Ich forma nie pozwalała już na podkreślenie dyrektywnego charakteru wygłaszanych tekstów, osłabia też formułczość¹⁰ i konwencjonalność wystąpień politycznych. Nastawiona jest za to na potrzeby odbiorców: potrzebę naturalności i zrozumiałości oficjalnego języka. Dawną pompatyczność zastępuje familaryzacja. Przed 1989r. mówca był wyraźnie wyodrębniony spośród słuchaczy. Zajmował miejsce centralne, zwykle na podwyższeniu. Ograniczało to jego kontakt z publicznością, ale wywoływało w zamian u niej szacunek i respekt.¹¹ Współcześnie polityk wygłaszając przemówienie tworzy iluzję „człowieka z tłumu”.

⁹ Zagadnienie to podjęte zostało m.in. w: T. Bogucka, *Triumfujące profanum. Telewizja po przełomie 1989*, str.83-167; *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, pod red. M. Czyżewskiego, str. 7-42.

¹⁰ *formułczość* oznacza posługiwanie się w tekstach gotowymi, każdorazowo odtwarzanymi formułami pojęciem tym posługuje się J.Fras w artykule *Język propagandy politycznej* [w:] B. Dobek – Ostrowska Teoria i praktyka propagandy.

¹¹ E.Goffman, *Człowiek w teatrze życia społecznego* str. 119-120.

Próbuje „upersonalizować swoje usługi”¹² Indywidualizuje swoją wypowiedź, nadaje jej silnej ekspresji, eksponuje stronę pragmatyczną. Wychodzi on zza swojej mównicy, nie kryje się za nią, jest otwarty, spontaniczny. W okresie kampanii podaje rękę swoim potencjalnym wyborcom, składa autografy czy, jak np. A.Kwaśniewski podczas wyborów prezydenckich w1995r., śpiewa i tańczy razem z publicznością w rytm disco-polowego przeboju „Olek, Olek”.

Warunkiem trafnego - zgodnego z zamierzeniami nadawcy odbioru przekazywanego komunikatu jest niewątpliwie kwestia jego percepcji. To jak wypowiedź zostanie zapamiętana, jak się do niej odbiorca ustosunkuje, a co najważniejsze z perspektywy politycznej, jakie przyniesie ona rezultaty, wynika niewątpliwie z formy wystąpienia. Współczesny polityk, choć nie wiem jakby był autorytatywny, a jego wypowiedź elokwentna, jeżeli nie potrafi nawiązać porozumienia ze słuchaczami, puścić do nich „oczka” w swoim wystąpieniu w znaczeniu „sami rozumiecie”, a czasem zrobić tzw. *show*, nie zdobędzie ich zainteresowania, a w konsekwencji elektoratu. „Przekonywanie, pojęte jako dążenie do zmiany cudzych nastawień środkami argumentacyjnymi, ustępuje wtedy miejsca strategii, którą Karl Sornig nie bez racji nazywa uwodzeniem, gdyż jej sedno tkwi w dramaturgii autoprezentacji, zmierzającej do wzbudzenia zaufania do osoby głoszącej dany pogląd, by tą drogą wzbudzić w słuchaczu zaufanie do samego poglądu.”¹³ Forma wystąpienia, wizerunek nadawcy oraz inne środki socjotechniczne zmieniają bowiem kontekst wypowiedzi i oczywiście, sposób jego odbioru.

J.Keane pisze: „Wśród polityków panuje przekonanie, że połowa polityki to tworzenie pewnego obrazu, a druga połowa to sztuka sprawiania by ludzie uwierzyli w ten obraz, bez względu na fakty”¹⁴. Owa „sztuka” to jednak nie tylko stworzenie wiarygodnego wizerunku, umiejętne posługiwanie się różnymi formami wypowiedzi i doskonale wyreżyserowane wystąpienia, to także czy może przede wszystkim, perfekcyjne opanowanie środków manipulacyjnych wykorzystywanych już w samym języku politycznym.

Nie budzi wątpliwości, że transformacja systemowa wywołała zmiany także w języku politycznym. Dawny język propagandy totalitarnej - nowomowę¹⁵ zastąpiło po 1989r. tzw. komunikowanie polityczne.¹⁶

¹² Ibidem, str.114-115.

¹³ K.Sornig, *Some remarks on linguistic strategies of persuasion*, [w:] R.Wodak, *Language, Power and Ideology. Studies in political Discourse*, Amsterdam 1989, [za:] *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, pod red. M. Czyżewskiego, str. 35.

¹⁴ J.Keane, *Media a demokracja*, [w:] P. Pawełczyk, D. Piontek, *Socjotechnika w komunikowaniu politycznym*, str.70

¹⁵ Nowomowę nazywano w Polsce od drugiej połowy lat siedemdziesiątych propagandowy, komunistyczny język występujący w komunikacji publicznej. Definiowano nowomowę różnie. Poważnie - jako „język zmonopolizowanej przez państwo propagandy politycznej w tzw. zamkniętych systemach społecznych” i satyrycznie - jako „język liturgiczny marksizmu-leninizmu, który stał się językiem urzędowym Krajów Demokracji Ludowej”. Michał Głowiński, bodaj największy specjalista omawianego zagadnienia i autor tego terminu, zastanawiając się nad tym zjawiskiem w *Nowomowie po polsku* pisał: „Jak ten język nazwać? Propagandowym -

Główną cechą nowomowy stanowiła dążność do wartościowania. Znaczy to, że każdemu słowu odnoszącemu się do rzeczywistości nadawano wyrazisty znak wartości. W ten sposób ocena była zdecydowana, nie podlegała zakwestionowaniu i stawała się ważniejsza od znaczeń, np. *potworna hitlerowska niewola, sprawiedliwa i twórcza, jasna i promienna przyszłość*. Nie można było przedstawić elementów rzeczywistości, nie oceniając ich jednocześnie. Zdania były bowiem formułowane bez obowiązku weryfikacji i bez możliwości ich falsyfikacji. Zamiast obiektywnego obrazu czytelnik albo słuchacz otrzymywał wizję świata. Z tego względu M. Głowiński nazywa to zjawisko językiem jednowartościowym¹⁷. J. Sambor mówi zaś o tym zjawisku jako o „rozdymaniu” przekazu, „watowaniu”, które powoduje, że nieliczne informacje są jakby rozpuszczone w utartych słowach i wyrażeniach pozbawionych treści.¹⁸

Drugą zasadniczą cechą nowomowy była magiczność.¹⁹ Magia w języku wyrasta z przekonania, że to, co o czym się nie mówi, nie istnieje. Sugerowano więc nieistnienie pewnych rzeczy, poprzez zakaz używania ich nazwy. I tak np. nie było w Polsce strajków, gdyż słowo *strajk* było zakazane i zastępowane przez *przerwy w pracy* – a to przecież zupełnie co innego. Podobnie, nie było *kryzysu*, lecz jedynie *przejęciowe trudności gospodarcze*, nie było *podwyżki*, a jedynie *korekty cen*, nie było też *sprzecznych interesów, opozycji, konfliktów społecznych*, itd. Był za to *demokratyczny ustroj sprawiedliwości społecznej, moralno-polityczna jedność narodu, wielkie osiągnięcia budownictwa socjalistycznego*,²⁰ itp. Magia w nowomowie przejawiała się także w mówieniu o stanach pożądanых w taki sposób, jakby były one rzeczywistymi. Słowa nie opisywały rzeczywistości, lecz ją tworzyły. Temu zacieraniu granic między językiem a światem służyło m.in. udostownienie metafor i wszelkiego rodzaju formuł języka publicznego, np. *PZPR - partią wszystkich Polaków, Obrona cywilna troską każdego obywatela* itp.

ze względu na cel, któremu służy? Partyjnym bądź oficjalnym – ze względu na odniesienie instytucjonalne? Komunistycznym – z racji odwołań ideologicznych? Wadą tych określeń jest to, że każde z nich koncentruje uwagę na jednej tylko stronie zjawiska. Sięgnę więc po nazwę w miarę neutralną, przyjmę od George’a Orwella termin nowomowa (*newspeak*), wskazujący przede wszystkim na nowość tego języka w porównaniu z mową klasyczną. Ta cecha nie może budzić wątpliwości i nie przesądza o pozostałych jego właściwościach.”

16 Komunikowanie polityczne zwane czasem marketingiem politycznym to celowe komunikowanie dotyczące polityki. Zawiera ono: wszystkie formy komunikowania przedsiębrane przez polityków i innych aktorów politycznych po to, aby osiągnąć konkretne cele, komunikowanie adresowane do tych aktorów przez np. wyborców, dziennikarzy i komunikowanie o nich i ich działalności, zawarte w różnych formach medialnej dyskusji o polityce P. Pawełczyk, D. Piontek, *Socjotechnika w komunikowaniu politycznym*, str. 41.

¹⁷ M. Głowiński, *Nowomowa po polsku*, str.10.

¹⁸ J. Sambor, *Nowomowa – język naszych czasów*, [w:] *Poradnik Językowy* 1985, z. 6, str. 365-377

Zjawisko stosowaniu tzw. „waty” tj. zdań i wyrażen treściowo redundantnych, stwarzających tylko pozory mówienia o czymś konkretnym, unikanie pewnych wyrazów i sformułowań, stosowanie formułek uogólniających porusza także J.Puzynina w książce *Język wartości*, str. 218.

¹⁹ M. Głowiński, , *Nowomowa po polsku*, str.10.

²⁰ W. Pisarek. *O nowomowie inaczej* [w:] *Język Polityki* LXXIII, str. 1-9.

Te dwie podstawowe cechy języka propagandy zniknęły (oficjalnie) wraz z końcem demokracji ludowej. Język polityki nabrał jednak innych rysów. Publiczne teksty sprzed 1989r. były formułowane w dość wyalienowanym języku – rozpoznawanym jako negatywnie nacechowany, bo nie przystający do rzeczywistości. Wszelkie polityczne wystąpienia podporządkowane były ścisłym normom. Ważniejsze było czerpanie wówczas z ideologicznie i politycznie ustabilizowanego zbioru słów i frazesów niż nadawanie zdaniom treści²¹. Zaistniała potrzeba „odświeżenia” języka, nadania mu adekwatnej do rzeczywistości formy. Potrzeba ta została zaspokojona wraz z zapanowaniem pluralizmu politycznego i ideologicznego w Polsce, a efektem jej było pojawienie się m.in. potocyzmów²². Stosowanie ich w tekstach świadczy o prawdziwości wypowiedzi, o naturalności stylistycznej, a także o wiarygodności nadawcy. Choć są one powszechnie wykorzystywane w wypowiedziach polityków za swoistego mistrza ich stosowania uchodzi niewątpliwie L.Wałęsa. J.Bralczyk w artykule „O języku Wałęsy” pisze: „Taki język publiczny to oczywiście wspaniałe narzędzie porywania publiczności. To język wiarygodnego trybuna ludowego.” Dodaje „...przenoszenie języka wiecu [przez Wałęsę] do w pełni autoprezentacyjnej sytuacji wywiadu przynosi korzyści – choćby w postaci manifestacji spontaniczności. Pełna kontrola i dyskretny umiar mogą być oceniane wysoko, ale naturalna reaktywność i wynikające z niej skrót myślowe i niedopracowania formalne, nawet niepoprawności językowe, mają wysoki walor perswazyjny – przede wszystkim przez łatwiej kojarzoną z nimi wiarygodność”²³

Innymi zabiegami populistycznymi charakteryzującymi tzw. komunikowanie polityczne są m.in. pyskówki²⁴ i wulgaryzmy czyli elementy agresji językowej. J.Fras omawiając język propagandy politycznej pisze: „W działalności politycznej język służy nie tylko przekonywaniu i zjednywaniu odbiorcy, ale także atakowi i agresji. W systemach demokratycznych język jest bowiem głównym orężem w walce politycznej: ataku lub obronie. W systemach niedemokratycznych słowo jest jawnie wspierane przez cenzurę i mniej lub bardziej jawny system kar i nagród.”²⁵

Agresja językowa ma dwa cele. Po pierwsze służy poniżeniu, dyskredytacji adresata – najczęściej przeciwnika politycznego. W wypowiedziach pojawiają się więc wszelkie określenia typu *złodzieje, zdrajcy, komuchy, agenci, ubeki czy uwole* są to tzw. etykiety²⁶. W walce

²¹ Zob. m.in. J. Bralczyk, *O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych; Język i społeczeństwo*, pod red. M. Głowińskiego

²² W. Lubaś, *Polszczyzna wobec najnowszych przemian społecznych* [w:] O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny, red. J. Miodek, str.155-157.

²³ J. Bralczyk, *O języku Wałęsy*, [w:] *Teksty Drugie*, 1990r., z.4, str. 60-81

²⁴ pyskówki – wzajemne wymyślanie sobie, ordynarna kłótnia, *Mały słownik języka polskiego*

²⁵ J. Fras, *Język propagandy politycznej* [w:] B. Dobek – Ostrowska *Teoria i praktyka propagandy*, str.95

²⁶ J. Bralczyk, *Język polityki i polityków*, [w:] O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny, red. J. Miodek, str. 132

politycznej wykorzystuje się też i to coraz częściej zniewagi, obelgi, zniesławienia i inwektywy. Politycy posługują się więc takimi wyrazami, jak *popaprańcy, świnie, palanty, oszołomy* po bardziej wymyślne i złożone np. o ZChN-ie ChZN – (*Chorzy Z Nienawiści*) [...] *choroba nienawiści nadal będzie się rozwijać, choroba ta bierze się z wodogłowia, które w tej chwili jest u nas nieuleczalne, bo to jest woda święcona*²⁷. Dość częstym zabiegiem jest też odmawianie adresatom podmiotowości np. *czerwona pajęczyna, ciemnogród*.

Po drugie wulgaryzacja języka polityki choć przypomina połajanki uliczne, to podoba się wyborcom, gdyż jest widowiskowa. Rozmowa czy przemówienie może nużyć szczególnie, gdy jest merytorycznie bogate. Używanie pyskówek, podobnie jak potoczizmów, ożywia nudne dawniej życie polityczne i skostniałe reguły języka. Dość ciekawym przykładem może być obraźliwy wulgaryzm wypowiedziany pod adresem rządu – słynne *rząd rżnie głupa*, za który J.K. Mikke dostał nagrodę „Srebrnych Ust”²⁸

Dla wyrazistości obrazu używa się także neologizmów określających pewne (zwykle negatywnie oceniane) polityczne zjawiska, świadomie godząc się na uproszczenie opisu, uproszczenie zresztą jawnie tendencyjne. Pojawiają się zatem w tekstach politycznych takie pseudoterminy, jak *falandyzacja, labudyzacja, jaskiernizacja* czy *klientyzm*.²⁹

Specyficzną formą agresji językowej są zarzuty. Formułowanie ich prezentuje mówiącego jako osobę walczącą ze złem – czyli najczęściej partią rządzącą czy urzędującym prezydentem. Osoba taka może być postrzegana jako nieprzejednany i nieprzekupny działacz, który świadom jest dziejącej się niesprawiedliwości i gotów jest stanąć w obronie uciśnionych, ale także jako oszołom, który chce zrobić szybką karierę, np. wypowiedzi G. Janowskiego.

Podobne funkcje jak potoczizmy i pyskówki pełni ironia. Sugestywność ironii wynika z jej niejednoznaczności, z tego, że pozwala się ona domyślać czegoś innego i/lub czegoś więcej niż to, co zostało dosłownie wypowiedziane. Dzięki temu może stanowić i stanowi bardzo skuteczny i w zasadzie bezpieczny oręż w walce politycznej. Stosowanie ironii pozwala na nawiązanie więzi między nadawcą i odbiorcą poprzez wskazanie i uwydatnienie wad przeciwnika a uwypuklenie i potwierdzenie zalet (błyskotliwości, dowcipu) nadawcy np. o M.Jarku *Myślę o zdaniu wybitnego parlamentarzysty, że dzieci bite są bardziej wrażliwe i mniej historyczne ...*³⁰

Nawiązaniu porozumienia z publicznością służą także powszechnie stosowane pojęcia-wzorce czy odwołania do tzw. nośników znaczeń, np. biało-czerwony krawat A. Leppera czy Matka Boska w klapie marynarki L.

²⁷ Wprost 23.V.93r.

²⁸ J. Bralczyk, *Język polityki i polityków*, [w:] O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny, red. J. Miodek, str. 125-126.

²⁹ Ibidem, str. 126

³⁰ *Polityka* 15.V.93r.

Wałęsy. Szczególnie celebrowanymi słowami-kluczami są: *normalność*, *polskość*, *europiejskość*, *katolicyzm* i *przedsiębiorczość* itp.

Podsumowując, można powiedzieć, że dla nowomowy charakterystyczna była niemożność stworzenia precyzyjnego, obiektywnego opisu rzeczywistości. Wynikała ona ze swoistej nieprzystawalności i nienaturalności tego języka. Współczesny język polityki określa natomiast zasada kooperacji (związku między nadawcą a odbiorcą) wyrażająca się w zacieraniu granicy między mową oficjalną a potoczną, tworzeniu iluzji wspólnoty pewnego wtajemniczenia.

Choć różnica między nowomową a „komunikowaniem politycznym” jest dość wyraźna, głębsza analiza pokazałaby, że te dwa rodzaje języka polityki opierają się na tych samych mechanizmach perswazyjnych. Politycy w swoich przemówieniach, zarówno tych sprzed jak i po 1989r., wykorzystują te same środki manipulacji językowej.

Mieliśmy i mamy więc językowy kolektywizm, czego przejawem jest zanik 1. i 2. os. l. poj. z równoczesną inwazją liczby mnogiej. W okresie PRL-u używanie liczby mnogiej służyło przede wszystkim nadaniu wartościującej oceny podmiotom i tak np. istniała pewna grupa rzeczowników pospolitych odnoszących się do przeciwników politycznych (*siły*, *koła*, *kręgi*) bądź do negatywnych postaw (*nastroje*)³¹. W liczbie mnogiej używano się także nazwisk przeciwników (w 1968r. mówiło się o *baumanach* czy o *szlajferach*), co miało służyć uogólnieniu postaw reprezentowanych przez ich nosicieli. Dziś używa się liczby mnogiej raczej do wygłaszania manifestów określających jednorodność i zgodność postaw.

Do wyrażenia ocen używano się i nadal używa elementów modalnych zawierających presupozycję prawdy i fałszu³². Jest ona bowiem przyswajalna przez odbiorców w sposób nie w pełni świadomy, gdyż podawana jest w formie oczywistych założeń tekstu, np. w zdaniu z wypowiedzi J. Kaczyńskiego *Mam nadzieję, że zachowanie prezydenta okaże się propaństwowe* założona jest presupozycja, że dość często prezydent zachowuje się antypaństwowo, z kolei w zdaniu z przemówienia o wprowadzeniu stanu wojennego: *Z tego kryzysu musimy wyjść o własnych siłach* zakłada się, że istnieje ktoś kto mógłby zrobić to za nas.³³

Narzędziem propagandy, zarówno w okresie przed jak i po transformacji systemowej, są powtórzenia, metafory, hiperbole, antonimy i eufemizmy. Te ostatnie, określane jako *political correctness*, przybrały współcześnie formę dość przerysowaną i karykaturalną. Językowe środki perswazji można mnożyć.

³¹ J. Sambor, *Nowomowa – język naszych czasów*, [w:] *Poradnik Językowy* 1985, z. 6, str. 365-377

³² *Ibidem*

³³ J. Frasz, *Język propagandy politycznej* [w:] B. Dobek – Ostrowska *Teoria i praktyka propagandy*, str.101

W swojej pracy starałem się udowodnić, że niezależnie czy żyjemy w systemie demokracji parlamentarnej czy ludowej, język nie przestaje być narzędziem walki politycznej, demaskowania czy ośmieszania i deprecjonowania przeciwnika, a także reprodukcji pożądanego obrazu rzeczywistości. Naiwny jest ten, kto sądzi, że można sobie wyobrazić społeczeństwo bez społecznej perswazji, a społeczeństwo masowe bez perswazji masowej, że zjawiska monopolizacji i manipulacji znikną wraz z rozwojem demokracji. Należy pamiętać, że ani socjotechnika, ani działania perswazyjne na rzecz pozyskania elektoratu nie są wymysłem ostatniego półwiecza. Język polityki był, jest i będzie istniał, ale jednocześnie zmienia się on, dostosowuje do przeobrażeń społeczno-politycznych. W odniesieniu do często idealizowanej przeszłości teraźniejszość wzbogaciła się jedynie (albo aż) o instrumenty techniczne i o bardziej wyrafinowane (populistyczne) techniki wpływu społecznego.

BIBLIOGRAFIA

- Bralczyk J.; *O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych*, Kraków 1986
- *O języku Wałęsy*, [w:] *Teksty Drugie* 1990, z.4
- Bogucka T.; *Triumfujące profanum. Telewizja po przełomie 1989*, Warszawa 2002.
- Dobek – Ostrowska B.; *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1997.
- Dobek – Ostrowska B.; *Teorii komunikowania publicznego i politycznego*, Wrocław 2001.
- Flik M.; *Nowomowa na wolności*, [w:] *Dialog* 1993, nr 8.
- Goffman E.; *Człowiek w teatrze życia społecznego*, Warszawa 2000.
- Głowiński M.; *Nowomowa po polsku*, Warszawa 1990.
- Język i społeczeństwo*, pod red. M. Głowińskiego .
- Karwat M.; *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 1999.
- Miodek J.; *O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny*, Wrocław 1996.
- Pawelczyk P., Piontek D.; *Socjotechnika w komunikowaniu politycznym*, Poznań 1999
- Pisarek W.; *O nowomowie inaczej* [w:] *Język Polityki LXXIII* 1993
- Puzynina J.; *Język wartości*, Warszawa 1992
- Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, pod red. M. Czyżewskiego, Kraków 1997
- Sambor J.; *Nowomowa – język naszych czasów*, [w:] *Poradnik Językowy* 1985, z.6
- Transformacja systemów medialnych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej po 1989 roku*, pod red. B. Dobek–Ostrowskiej, Wrocław 2002.
- Wiszniewski R.; *Marketing wyborczy*, Wrocław 2001.

Prof. dr hab. Wojciech Świątkiewicz