



FORUM ARTIS RHETORICAE

Retoryka i polemika polityczna

Rhetoric and political polemics

Redaktor numeru/ Volume Editor Maria Załęska

SPIS TREŚCI

- 7 **Dziedzictwo klasycznej sofistyki i kultura współczesna**
The Heritage of Ancient Sophists and Modern Culture
Cyprian Mielczarski
- 27 **Tradycja antyczna jako argument w polemice z wrogami Rzeczypospolitej**
Ancient tradition as an argument in the polemic with the enemies of the Polish-Lithuanian Commonwealth
Joanna Partyka
- 37 **Między kurtuazją a deprecjacją. Formy adresatywne jako środek retoryczny w polemicznym dyskursie politycznym**
Between courtesy and depreciation. The forms of address as a rhetorical means in political polemical discourse
Monika Kostro, Krystyna Wróblewska-Pawlak
- 59 **Jesteśmy z innego podwórka – polityczni przeciwnicy o sobie nawzajem**
We are from another courtyard – political opponents about each other
Agnieszka Kampka

- 79 *Homo seriusus i homo rhetoricus* w dyskursie politycznym.
Strategie argumentacyjne Janusza Palikota i jego oponentów
Homo seriusus and homo rhetoricus in the political discourse.
The argumentative strategies of Janusz Palikot and his opponents
Oliwia Tarasewicz-Gryt
- 99 *My, Oni i virtualne światy telewizyjnej reklamy politycznej*
We, They and the virtual universes of the TV political advertisement
Tomasz Olczyk
- 119 Dyskusja „Wyzwania współczesnej kultury a retoryka”
“The challenges of contemporary culture towards rhetoric”
contribution to an ongoing discussion
Marek Czyżewski - głos w dyskusji
- 123 RECENZJA: Christian Plantin (2011) *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*
Review of Plantin (2011) *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*
Maria Załęska

RETORYKA I POLEMIKA POLITYCZNA

Numer tematyczny „Retoryka i polemika polityczna” jest poświęcony jednemu z najważniejszych aspektów komunikacji politycznej. Polemiki, kontrowersje, kontestacje, argumentacja często przekształcają się w to, co obecnie uchodzi za czystą sofistykę. Dlatego właśnie tom otwiera studium Cypriana Mielczarskiego „Dziedzictwo klasycznej sofistyki i kultura współczesna”, w którym autor przeciwstawia się obiegowym opiniom na temat myśli sofistów i proponuje pozytywną interpretację ich wpływu na współczesną kulturę, także polityczną.

Joanna Partyka w artykule „Tradycja antyczna jako argument w polemice z wrogami Rzeczypospolitej” ukazuje staropolskie wzorce polemiki. Autorka pokazuje, że odpierając zarzuty sformułowane przez „oszczerców Polski”, siedemnastowieczni pisarze chętnie powoływali się na autorytet tekstów starożytnych, uważany za znakomity kontrargument w ówczesnej kulturze argumentacyjnej.

Monika Kostro i Krystyna Wróblewska-Pawlak, w studium „Między kurtuazją a deprecjacją. Formy adresatywne jako środek retoryczny w polemicznym dyskursie politycznym” analizują prezydenckie debaty telewizyjne między politykami polskimi i francuskimi. Autorki wskazują, kiedy i dlaczego pewne realizacje form adresatywnych, uważanych za najważniejsze wykładniki relacji społecznej między uczestnikami interakcji, funkcjonują jako środki retoryczne, które maskują ataki *ad personam* przez pozorną uprzejmość.

Agnieszka Kampka w studium „Jesteśmy z innego podwórka – polityczni przeciwnicy o sobie nawzajem” analizuje wywiady prasowe z punktu widzenia krytyki, jaką politycy formułują pod adresem swoich adwersarzy. Z badania wynika, że najczęstsze oskarżenia, wyrażone jędrnym językiem pełnym ironii i metafor, dotyczą rzekomej hipokryzji, słabości charakteru i nieprzestrzegania reguł demokratycznych.

Artykuł „*Homo serius* i *homo rhetoricus* w dyskursie politycznym. Strategie argumentacyjne Janusza Palikota i jego oponentów” pióra Oliwii Tarasiewicz-Gryt poświęcony jest analizie mechanizmów retorycznych i erystycznych, stosowanych przez jednego z najbardziej kontrowersyjnych polskich polityków. Wobec strategii *homo serius*, stosowanej przez jego oponentów, Janusz Palikot używa środków charakterystycznych dla *homo rhetoricus*. Kontrast ukazuje wymowne różnice między dwoma stylami komunikacji w retoryce politycznej.

Studium Tomasza Olczyka „My, Oni i wirtualne światy telewizyjnej reklamy politycznej” dotyczy konstruowania opozycji my/oni w obrazach świata generowanych w przekazach reklamowych. Badacz wskazuje na mechanizmy m.in. inkluzji, ekskluzji, amplifikacji i procesy narracyjnej strukturyzacji obrazu świata. Autor opisuje rolę tych mechanizmów w kreowaniu arkadyjskich i dystopijnych wersji rzeczywistości w reklamach politycznych i w kreowaniu opozycji my/oni.

Kontynuując dyskusję na temat wyzwań współczesnej retoryki w odniesieniu do tradycji, zapoczątkowaną w poprzednim numerze kwartalnika, Marek Czyżewski przestrzega przed ryzykiem banalizacji retoryki przez zredukowanie jej do szybkich i łatwych sztuczek – także w komunikacji politycznej – które nie mają prawie nic wspólnego z oryginalnymi koncepcjami retorycznymi.

Z uwagi na to, że refleksja nad współczesnym statusem retoryki jest fundamentalna dla dyscypliny, zapraszamy przedstawicieli różnych kierunków i dyscyplin akademickich do zabrania głosu w otwartej dyskusji.

Artykuły zebrane w tomie włączają się w żywą debatę naukową na temat jednego z najbardziej fascynujących aspektów retoryki: jej roli w kreowaniu, podtrzymywaniu i, miejmy nadzieję, w rozwiązywaniu konfliktów politycznych. Co ciekawe jednak, żaden z artykułów nie zajmuje się tą ostatnią kwestią...

Maria Załęska
Redaktor tomu

RHETORIC AND POLITICAL POLEMICS

The thematic issue “Rhetoric and political polemics” is dedicated to one of the most important aspects of political communication. Polemics, controversies, contestations, arguments often degenerate into what counts nowadays as pure sophistics. Therefore the volume opens with a study by Cyprian Mielczarski “The heritage of the classical sophistics and the modern culture” in which the author challenges the received views on the sophists’ ideas and offers a positive interpretation of their influence on the modern political culture.

Joanna Partyka, in her article “Ancient tradition as an argument in the polemic with the enemies of the Polish-Lithuanian Commonwealth”, explores the Old-Polish patterns of polemics. She shows that while refuting the arguments formulated by the „slanderers of Poland”, the seventeenth-century writers relied heavily on the authority of ancient texts, regarded as very respectable counterarguments within the argument culture of the time.

Monika Kostro and Krystyna Wróblewska-Pawlak, in their article “Between courtesy and depreciation. The forms of address as a rhetorical means in political polemical discourse”, study the television presidential debates between Polish and French politicians, respectively. The authors identify when and why some occurrences of the forms of address, regarded as the most important linguistic markers indicative of the social relationship between the participants of interaction, function as a rhetorical means which dissimulates *ad personam* attacks by apparent politeness.

Agnieszka Kampka, in her contribution “We are from another courtyard – political opponents about each other”, examines press interviews from the point of view of the criticisms that politicians address against their adversaries. The study shows that the most frequent accusations, expressed through vivid language involving irony and metaphors, concern the alleged hypocrisy, weak character and neglect of the democratic rules.

The article “Homo *seriosus* and homo *rhetoricus* in the political discourse. The argumentative strategies of Janusz Palikot and his opponents” by Oliwia Tarasewicz-Gryt is dedicated to the analysis of rhetorical and eristic mechanisms in speeches by one of the most controversial Polish politicians. Against the homo *seriosus* strategies, privileged by his adversaries, Janusz Palikot mobilizes the resources typical for the homo *rhetoricus*. The contrast shows the revealing

differences characteristic for both styles of communication in the political polemic.

The contribution by Tomasz Olczyk “We, They and the virtual universes of the TV political advertisement”, explores the construction of the axis we/they within the constructed universes of the political commercials. The author points out such framing devices as inclusion, exclusion, amplification and narrative structurization. He describes the role of these processes in creating „dystopian” and „arcadian” versions of reality in political ads and the construction of the we/they opposition.

Continuing the discussion on the present challenges of the rhetoric with respect to the tradition, initiated in the previous issue of the quarterly, Marek Czyżewski prevents from the risk of the banalization of rhetoric by reducing it to the easy and quick tips – also in political communication - which have almost nothing to do with the original rhetorical concepts.

Since the reflection on the modern status of rhetoric is essential for the discipline, we invite the representatives of different academic backgrounds to express their views in the ongoing discussion.

The articles collected in the volume contribute to the vivid scholarly debate on one of the most fascinating aspects of rhetoric: its role in creating, alimenting and, hopefully, resolving the political conflicts. Oddly enough, none of the contributions considers this last case...

Maria Załęska

Volume Editor

Cyprian Mielczarski
Uniwersytet Warszawski

DZIEDZICTWO KLASYCZNEJ SOFISTYKI I KULTURA WSPÓŁCZESNA

Duch klasycznej sofistyki funkcjonuje w wielu takich kierunkach współczesnej humanistyki, które oddają istotę formacji demokratycznej (na przykład: różne nurty filozofii postmodernistycznej, teoria „nowej retoryki” Perelmana i wszystkie szkoły retorycznej teorii rzeczywistości). Sztuka przekonywania jest podstawą funkcjonowania demokracji, której retoryczność została odkryta i napiętnowana przez Platona jako zaprzeczenie prawdziwej wiedzy. Sofiści dokonali rewolucji w greckim wychowaniu tworząc podstawy edukacji praktycznej. Pierwsi postrzegali społeczeństwo jako wspólnotę jednostek nadających i odbierających komunikaty. Praktycystyczne pojmowanie dzielności osobistej stanowiło podstawę ich pedagogiki, opartej na retoryce. Pedagogika ta daje początek orientacji utylitarnej i pragmatycznej, która uformowała europejską, klasyczną myśl liberalną. Sofiści byli twórcami idei umowy społecznej – istoty funkcjonowania demokratycznego państwa. Uczyli różnych punktów widzenia, ich przekonanie o subiektywnym charakterze postrzegania świata przez różne jednostki jest antycypacją powszechnie dziś akceptowanego światopoglądu demokratycznego, opartego na pluralizmie kulturowym. Dlatego sofistów klasycznych należy uważać za prekursorów nowożytnej idei tolerancji. Są także twórcami *paidei*, która w obecnych czasach daje umiejętność autoekspresji, asertywność i ogólną wiedzę porównawczą. Protagoras, Gorgiasz, Hippiasz i Antyfont postrzegali człowieka jako dynamiczny podmiot, którego przeznaczeniem jest samorealizacja w przestrzeni społecznej, opartej na różnorodności postaw i opinii, a zatem myśl sofistów jest archetypem współczesnej pedagogiki społecznej. Ich sztuka retoryczna, postrzegana często jako kult bezwzględного relatywizmu, jest sprawnością oralną, zapewniającą skuteczność komunikacyjną w realiach demokratycznych.

Tradycyjne, historyczne nauki humanistyczne nadal zbyt często oddzielają historię intelektualną od realiów kultury współczesnej, co jest sprzeczne z antropologiczną i socjologiczną tezą o kumulacji doświadczenia społecznego i intelektualnego. Tezę tę potwierdza także szeroko pojęta historia idei. Już w czasach Nietzschego jeden z jego nauczycieli, starożytnik Theodor Droysen, twierdził:

„To, co było, interesuje nas nie dlatego, że było, ale dlatego, że w pewnym sensie nadal trwa, ponieważ w dalszym ciągu oddziaływa.”¹ Wydaje się, że nowoczesna, dobra humanistyka powinna rozwijać się w tym kierunku, jeśli chce zachować swoją znaczącą pozycję jako nauka wyjaśniająca realia otaczającego nas świata. Znakomitym przykładem może być perspektywiczna analiza dziedzictwa i przesłania klasycznej sofistyki epoki Peryklesa i Platona.

Będzie to przykład szczególny, ponieważ recepcja myśli pierwszych i największych sofistów jest wyjątkowym fenomenem w dziejach europejskiej historii intelektualnej. Mimo, że ich pisma zaginęły², sofistyczna orientacja teoretyczna, odrzucona przez największych filozofów antycznych, powróciła po dwudziestu czterech wiekach w czasach ostatecznego – zdawałoby się – triumfu liberalnej demokracji, który wydaje się zakończeniem i spełnieniem europejskiego marzenia o wolności. Relatywistycznego ducha klasycznej sofistyki można dostrzec w wielu kierunkach współczesnej humanistyki, które oddają istotę kultury demokratycznej (na przykład: różne nurty filozofii postmodernistycznej, teoria „nowej retoryki” Perelmana i wszystkie szkoły retorycznej teorii rzeczywistości).

W epoce starożytnej o odrzuceniu myśli sofistów zdecydował sąd Platona, który w swoich dialogach ich naukę przedstawił w sposób karykaturalny. Oczywiście platońska krytyka miała głęboki wymiar uniwersalny, a zarazem polityczny, ale, co bardzo istotne, w ujęciu metapolitycznym. Sofiści zostali przedstawieni jako charyzmatyczni i bezwzględni mistrzowie sztuki perswazji, która jest zaprzeczeniem prawdy, dobra i piękna. Te absolutne wartości objawiają się praktycznie w sferze moralnej oraz na polu polityki – Platon twierdził, że obie te dziedziny powinny być oparte na stałych zasadach. Twórca idealizmu i teorii duszy nieśmiertelnej uważał, że sofiści byli niebezpiecznymi i w istocie antymoralnymi nauczycielami bezwzględnego relatywizmu, prowadzącego najpierw do zachwiania wszelkich norm postępowania, potem do anarchii, a w końcu do tyranii jednostki. Sofistyczna sztuka przekonywania, czyli retoryka w szerszym sensie tego słowa, jest istotą demokracji, ustroju opartego na mniemaniach, a więc, według Platona, na „niebycie”, stanowiącym zaprzeczenie wiedzy. Sofiści są zatem zagrożeniem dla dobrego państwa. Platońska krytyka demokracji ma wymiar wiecznie aktualny, jest krytyką polityki opartej na pragmatycznej

1. Droysen J. G., *Historik. Vorlesungen über Enzyklopädie und Methodologie der Geschichte*, oprac. R. Hübner, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt 1967 (wyd. I: München 1937), s. 275.

2. Wszystkie pisma sofistów zaginęły, oprócz dwóch mów popisowych Gorgiasza: *Obrona Palamedesa* i *Pochwała Heleny*. Ostatnia edycja w: *Gorgias von Leontini* (1989)

i utylitarnej grze słowami, które dzięki sztuce mówców wydają się prawdą, są zaś jedynie narzędziem uwodzącym tłumy. Retoryczność kultury demokratycznej została odkryta i napiętnowana przez Platona jako zaprzeczenie prawdziwej wiedzy, czyli filozofii³. Dla Sokratesa skuteczność mówcy (czyli polityka) była czymś podejrzanym i antyfilozoficznym⁴. Spór filozofii z retoryką jest stałym motywem intelektualnym myśli europejskiej od epoki schyłku demokracji ateńskiej do czasów Derridy i Gadamera – ich spór na polu hermeneutyki jest współczesnym przetworzeniem sporu Platona z sofistami.

Relatywistyczna nauka sofistów została odrzucona przez wszystkie antyczne szkoły filozoficzne zarówno z powodów metafizycznych, jak i etycznych. Ich sceptycyzm teoriopoznawczy był nie do pogodzenia z jakimikolwiek zasadami normatywnej filozofii, zarówno w sferze teorii bytu, jak i w dziedzinie moralnej. Także w późniejszych czasach ich krytyczną błyskotliwość kojarzono z pustym urokiem słów, które często zniewalają umysł. Ta antyretoryczna orientacja o klasycznym, idealistycznym rodowodzie, pojawia się we wszystkich kulturach europejskich. Dobrym przykładem jest stara tradycja angielska. John Milton, wielki poeta z epoki rozkwitu retoryki politycznej, zwolennik Parlamentu i bliski przyjaciel wybitnego mówcy, Cromwella, w *Raju utraconym* przedstawia Beliala, jednego z najbardziej przebiegłych upadłych aniołów, jako mistrza perswazji, typ retoryczny, który odznacza się siłą przekonywania, a jednocześnie fałszywością i niskim umysłem, chociaż wydaje się pewien godności i gotowości do wielkich czynów⁵. Szatan jest tutaj wyraźnie upozowany na sofistę, który ma niskie myśli, ale potrafi sprawić, że gorsza sprawa wydawać się będzie lepszą. Belial to taki sam mędrzec, jak Protagoras, który uczył jak „słabszy argument uczynić silniejszym”, o czym pisze w swej Retoryce Arystoteles⁶. Cechy najgorszego z demonów są niewątpliwym odwołaniem do wielu źródeł klasycznych, ukazujących retorykę w świetle niekorzystnym, chociaż nauka ta stała się w owej epoce obowiązującym przedmiotem szkolnym. Jej kanoniczny status był niepodważalny aż do czasów Ojców Kościoła, których wykształcenie retoryczne jest bardzo widoczne, wystarczy wspomnieć Laktancjusza, Św. Hieronima i Św. Augustyna.

W czasach nowożytnych, mimo panowania edukacji klasycznej w szkołach,

3. Podstawowe, wiecznie aktualne aspekty sporu Platona z sofistami omawia monografia Mielczarskiego (2010, 2 wyd.), zob. szczególnie Rozdz. 3 i 4, ss. 151-273.

4. Zob. Pl. *Grg.* 455d-461a et passim; *Sph.* 233b-235a i nn.

5. *Paradise Lost* II, ww. 108-118. Zob. Fish (2002), s. 424-425.

6. *Rh.* II, 1402a.

rozpowszechnione były uprzedzenia wobec sofistów jako nauczycieli nieetycznych, przewrotnych sztuczek, nie mających nic wspólnego z prawdziwym wykształceniem. Taka była przeważnie ogólna opinia o pierwszych nauczycielach sztuki wymowy, chociaż w epoce renesansu humaniści w wysublimowany sposób dowartościowali znaczenie słowa, literackiej retoryki i związanej z tym humanistycznej ogłady⁷. Mimo to, do XIX wieku sofiści uchodzili za wcielenie tych wszystkich antywartości, które niesie ze sobą pełna wdzięku, skuteczna, a w istocie pokrętna i zagrażająca prawdzie retoryka, polegająca na przewrotnym i ujmującym posługiwaniu się słowami i własną osobowością. Na przykład John Locke, ojciec myśli liberalnej, chociaż był zwolennikiem wolności słowa, potępiał gwałtownie retorykę jako przyczynę wszelkiego zła w sferze publicznej⁸. Ten jego pogląd jest bardzo istotny, ponieważ wszyscy protoplaści liberalizmu europejskiego byli głęboko przywiązani do swobody wypowiedzi politycznej, nigdy jednak nie wyrażali moralnej aprobaty dla efektownych sztuczek retorycznych, które uwodzą audytorium. Jednak z czasem uznanie znaczenia klasycznej sofistyki pojawiło się także i w tych kręgach. Świadectwem tego może być opinia George'a Grote'a, liberała i starożytnika, który obracał się w kręgu Johna Stuarta Milla. W swojej *Historii Grecji* (1869) dokonał on otwartej apoteozy demokracji ateńskiej, a sofistów przedstawił jako wyrazicieli ducha tej epoki. W żadnym wypadku nie można udowodnić, że ich działalność przyczyniła się do demoralizacji demokratycznego społeczeństwa, co sugerował Platon⁹. W ten sposób po raz pierwszy pluralistyczny duch sofistyki został uznany za archetyp edukacji opartej na wolności.

W Niemczech pierwszym wielkim filozofem, który uznał wielkość sofistów, był Hegel¹⁰. Uważał on, że odegrali oni wybitną rolę w dziejach myśli europejskiej, ponieważ dzięki nim powstała w Grecji kultura oparta na racjonalnych podstawach. Ten racjonalizm to, według Hegla, pojmowanie różnych kwestii i całej rzeczywistości z wielu odmiennych punktów widzenia. A zatem tytan idealizmu niemieckiego docenił pedagogiczny relatywizm sofistów. Podkreślał także, że oni pierwsi zajęli się refleksją na temat popędów i skłonności, jakie tkwią

7. Zob. Kristeller P. O. (1955), *The Humanistic Movement*, w: *The Classics and Renaissance Thought*, Cambridge, Mass., Harvard Univ. Press, s. 3-23, (wyd. pol. *Ruch humanistyczny*, przeł. G. Błachowicz w: P.O. Kristeller, *Humanizm i filozofia*, Warszawa, IFIS PAN 1985, s. 12-35; zob. s. 21 n.).

8. Zob. Mielczarski (2010), s. 238.

9. Zob. ibidem, s. 220 n., tekst i przyp. 145.

10. Pozytywną ocenę dorobku pierwszej sofistyki przedstawił Hegel w swoich *Wykładach z historii filozofii* (Berlin 1833), tłum. pol. Ś. F. Nowicki, Warszawa, PWN 1994, zob. t. 1, ss. 495-537.

w człowieku, ponadto usiłowali wytłumaczyć racjonalnie, skąd biorą się pojęcia etyczne i dlaczego człowiek powinien słuchać praw oraz wypełniać określone obowiązki¹¹. Hegel w swoich rozważaniach wyraźnie rozróżniał pojęcia kultury i filozofii. Relatywistyczną naukę sofistów pojmował jako wykształcenie formalne, które jest podstawą kultury ogólnej człowieka. Wykształcenie to nie ma nic wspólnego z filozofią, której zasadą jest dochodzenie do prawdy. Oczywiście pod tym względem filozof ten okazał się dziedzicem sokratejskiej koncepcji filozofii jako nauki uniwersalnej. W ten sposób dziewiętnastowieczny następca Platona przeciwstawiał sofistykę prawdziwej dziedzinie intelektualnej, jaką jest filozofia. W poglądach pierwszych sofistów widział Hegel podstawy kultury, opartej na „myśleniu rezonującym” czyli takim, które posługując się różnymi punktami widzenia potrafi uzasadnić wszystkie fakty, pojęcia i stosunki między ludźmi. Myślenie takie jest w istocie wielkim zagrożeniem dla piękna, dobra i prawdy, które w ten sposób zostają wydane na „pastwę arbitralności”¹².

Hegel zdawał sobie sprawę, że źródłem kultury opartej na zróżnicowaniu i wielości sądów jest epoka oświecenia. Z jego rozumowania wynika, że oświeceniowe wartości otwartej kultury i wolności intelektualnej stanowią istotę sofistycznego pojmowania świata i jego cech. Oświecenie, z którego wywodziła się kultura jego czasów, porównywał otwarcie, podobnie jak wcześniej Wolter, z paideją sofistów epoki Peryklesa. Jednak z drugiej strony swobodne „rezonowanie” wykształconych ludzi na temat rzeczywistości nie ma żadnej wartości teoriopoznawczej, ponieważ opiera się na rzeczach i kategoriach zewnętrznych, a nie na tym „co istnieje samo w sobie i dla siebie”. Tak oto w myśli Hegla pojawia się, pochodząca z tradycji platońskiej, opozycja między sofistyką i filozofią. Ta pierwsza niesie ze sobą urok racjonalnego przekonywania, trafiającego do wielu ludzi, ta druga zaś prowadzi do uznania i zrozumienia absolutnych zasad ontologicznych, uzasadnionych transcendentalnie, z których wynikają normy kulturowe, obyczajowe, polityczne i formalne. Taka jest ostateczna wymowa filozofii Hegla, który był namiętnym krytykiem rodzącej się formacji liberalnej, zachwalającej wolny wybór i aprobującej różne interpretacje świata. Był także twórcą teorii państwa policyjnego, polegającego na sile, dyscyplinie i przywiązaniu do idei narodu, co już wtedy było w znacznym stopniu sprzeczne z nauką nowych, liberalnych filozofów anglosaskich. Idealistyczna doktryna filozoficzna

11. Op. cit., s. 499-502.

12. Op. cit., s. 514.

wpłynęła także na jego poglądy polityczne, był zaciętym wrogiem parlamentaryzmu angielskiego i kultury politycznej, opartej na debacie publicznej, która była dla niego przykładem bezwartościowego i zgubnego dla ducha rezonerstwa. Nie miał żadnego zrozumienia dla wartości demokratycznych, kształtujących ideę i praktykę brytyjskiej monarchii konstytucyjnej, której obyczaje polityczne były ściśle powiązane z wyrafinowaną kulturą przemawiania.

Przytaczamy tutaj poglądy Hegla, ponieważ jego opinia jest świadectwem idealistycznego ducha wychowania niemieckiego w XIX wieku. Duch ten wywierał wpływ na całą Europę, co było jedną z przyczyn negatywnego stanowiska wobec sofistów. Oczywiście nadal ważnym powodem tej niechęci była wysoka pozycja Platona w kulturze europejskiej. Patrząc z perspektywy dwudziestu czterech wieków trzeba przyznać, że recepcja jego nauki pełna jest zadziwiających paradoksów. Mimo całkowitego niemal upadku myśli metafizycznej i kultury idealistycznej, doktryna największego antagonisty sofistów nadal cieszy się wielkim uznaniem i jest przedmiotem dociekliwych badań filologów, antropologów oraz historyków filozofii, kultury i wychowania¹³. Tymczasem pojęcia: *sofista*, *sofistyka*, *sofistyczny* w języku potocznym – i bardzo często nawet w naukowym – posiadają nadal konotację negatywną. Z pewnością uprzedzenia te stanowią dziedzictwo tradycji intelektualnej, wywodzącej się z dziewiętnastowiecznej *Bildung*, która przeniknięta była antyrelatywistycznym duchem¹⁴. Humboldt i jego następcy byli idealistycznymi klasycystami. Nihilistyczny atak Nietzschego na Sokratesa i chrześcijaństwo był próbą obalenia teleologicznych zasad wychowania europejskiego, ukształtowanych przez normatywną tradycję filozoficzną, która również w dzisiejszej epoce ma wielu zwolenników. Wystarczy wspomnieć, że najwybitniejsza ostatnio synteza filozofii antycznej – mamy na myśli dzieło Realego – jest interpretacją myśli starożytnej przenikniętą platońskim duchem.

Warto zatem w tym kontekście przypomnieć krótko te poglądy najwybitniejszych sofistów, które odegrały i odgrywają nadal istotną rolę w kulturze europejskiej¹⁵.

13. Dobrymi przykładami mogą być prace Straussa, Havelocka, Szlezaka, Barkera, Mannspergera, Domańskiego, Blandziego, Gawrońskiego, Gajdy-Krynckiej, Legutki i innych. Zob. *Bibliografia* w: Mielczarski (2010), s. 291-301.

14. Reale G. (1994-2002) *Historia filozofii starożytnej*, t. 1-5, przeł. E. I. Zieliński, Lublin, Wyd. KUL. Wyd. oryg. (1989) *Storia della filosofia antica*, Milano, Università Cattolica.

15. Zob. szersze omówienie pism i nauki poszczególnych sofistów, Mielczarski (2010), ss. 15-113.

Pierwszy sofista, uczeń materialisty Demokryta, bliski Peryklesowi, prawodawca panhelleńskiej kolonii Thuriói (444 p.n.e.). Pisał dzieła filozoficzne, zajmował się sztuką dyskusji¹⁶. Autor słynnej zasady: człowiek-miara (*homo-mensura*), według której „człowiek jest miarą wszystkich rzeczy, istniejących, że istnieją, i nieistniejących, że nie istnieją”¹⁷. Nie istnieją zatem żadne absolutne kryteria prawdy i fałszu, jedynym kryterium jest indywidualna jednostka. Tezę tę zwalczał systematycznie Platon twierdząc, że miarą wszystkiego jest bóg¹⁸. Protagoras głosił względność dobra i zła oraz wszystkich innych pojęć, uważał, że każda kwestia może mieć różne, równoprawne interpretacje, często wzajemnie sprzeczne. Tę samą rzecz jedni ludzie mogą uważać za dobrą, a inni za złą. Państwo postrzegał nie jako tyranie wartości, lecz jako wspólnotę kształcących się nieustannie i zdyscyplinowanych jednostek, współodpowiedzialnych za prawo. Według niego wychowanie jest przygotowaniem do życia obywatelskiego, które polega między innymi na wygłaszaniu pożytecznych i sprawiedliwych opinii, zgodnych z dobrem publicznym. W sferze politycznej mędrzec rozpoznaje to, co jest pożyteczne dla państwa i potrafi do tego przekonać innych¹⁹. A zatem Protagoras, jakkolwiek był pierwszym nauczycielem sztuki swobodnego dyskusowania, nie przedstawiał się jako bezwzględny relatywista. Uważał, że choć nie istnieje absolutne dobro i obiektywne kategorie moralne, jednak miarą każdego dobra jest użyteczność. Był także twórcą idei indywidualizmu politycznego i moralnego, który stanowi do dziś podstawę mentalności demokratycznej.

Jednak realia polityczne w Atenach nie dopuszczały absolutnej wolności myśli i słowa. Podobno ten przyjaciel Peryklesa został wygnany z Aten, ponieważ uważał, że nie da się udowodnić tezy o istnieniu bogów²⁰. W czasach najnowszych Protagoras jest często postrzegany jako apologeta demokratycznego egalitaryzmu i pozytywnego ewolucjonizmu społecznego. Twierdził, że Zeus obdarzył *wszystkich ludzi* naturalnym poczuciem sprawiedliwości. W ten sposób wszystkie istoty ludzkie otrzymały od bogów „mądrość polityczną”, dzięki

16. Przypisuje mu się dzieła: *O prawdzie* (prawdopodobnie z podtytułem *Mowy obalające*), *O pierwotnym stanie ludzkości*, *O bogach*, *Antylogie* (zasady prowadzenia sporów).

17. Sext. *Ad. math.* VII 60; Pl. *Tht.* 151e-152a.

18. Pl, *Lg.* 716c.

19. Zob. Pl. *Tht.* 166 d-167 d.

20. Zob. Diog. Lae. IX, 51-52.

której w wyniku stopniowego rozwoju ludzkości powstało państwo i prawo²¹. Popper uważał tego pierwszego sofistę za jednego z twórców społeczeństwa otwartego²². Niewątpliwie myśl Protagorasa zaprzeczała całkowicie elitarniej *pai-dei* arystokratów, którzy uważali, że tylko oni z racji wysokiego urodzenia, czyli pochodzenia od bogów, są predestynowani do rządzenia państwem, ponieważ jako jedyni posiadają cnotę i dzielność (*arete*). Dlatego z naturalnych powodów tylko oni mogą orzekać o tym, co jest słuszne i sprawiedliwe. Niewątpliwie poglądy Protagorasa, głoszone w Atenach w epoce gwałtownych walk politycznych między arystokratami i demokratami, są archetypem wielu nowożytnych idei egalitarnych. Dlatego sofista ten jest symbolem otwartej i wyzwolonej kultury intelektualnej, opartej na swobodnej konkurencji opinii, co rzeczywiście czyni go patronem formacji demokratycznej.

Gorgiasz z Leontinoi (ok. 485/480 – 375 p. n. e.)

Uchodzi za pierwszego nauczyciela i teoretyka wymowy w Atenach, uprawiał także filozofię, którą można nazwać krytyką wszystkich wielkich „narracji greckich”. Największy nihilista antyczny, słynny bezbożnik głoszący kontrowersyjne, krytyczne poglądy we wszystkich dziedzinach. W dziele *O niebycie* twierdził, że nic nie istnieje, a jeśli by istniało, to byłoby niepoznawalne, a gdyby zostało poznane, to i tak nie można by tego wyrazić ani przekazać. Oczywiście była to krytyka wszelkiego absolutyzmu poznawczego o proveniencji filozoficznej: myśli i słowa nie są identyczne z rzeczami, które zawsze są odmiennie postrzegane przez różne podmioty i dlatego są odmiennie wyrażane przy pomocy różnych słów. Twierdzenie to można nazwać podstawą teoriopoznawczą wielu współczesnych szkół retorycznej interpretacji rzeczywistości, które potwierdzają, że to samo słowo dla każdego może oznaczać coś innego, a przez to jego konotacji nie można do końca określić. Gorgiasz uważał, że nic nie istnieje oprócz słowa, które jest „wielkim władcą” i może przekonać każdego do wszystkiego. Siła przekonywania właściwa słowom kształtuje dusze ludzi. U tego sofisty wartość słowa wybija się ponad wartość prawdy, która w rzeczywistości nie istnieje. Przekonanie o tym, że ludzie ulegają atrakcyjnie podanym opiniom, to początki tych

21. Zob. Pl. *Prt.* 320 c-328 d. Zob. G.B. Kerferd (1953)

22. Popper K. R. (1971), *The Open Society and its Enemies*, Princeton, Princeton Univ. Press (1 wyd. 1947); zob. II wyd. pol. (2006): *Spółeczeństwo otwarte i jego wrogowie*, t. 1: *Urok Platona*, tłum. H. Krahelska, Warszawa, PWN, zob. s. 235n, por. 218n.

wszystkich nauk współczesnych, które zajmują się wzajemnym wywieraniem wpływu przy pomocy różnych środków przekazu przez różne jednostki i grupy społeczne (psychologia społeczna, teoria komunikacji i inne).

Grecy postrzegali Gorgiasza jako pierwszego teoretyka prozy artystycznej i patrona wybujałej, azjańskiej szkoły retorycznej, która powstała i rozkwitła w czasach hellenistycznych, była także modna w Rzymie w czasach młodości Cyserona. Fascynujący styl tego mówcy był zbliżony do poezji i porażał ogromną ilością metafor i antytez. Mistrz rytmicznej i eleganckiej frazy okazał się także ojcem orientacji pragmatycznej i utylitarnej, której teoria od końca XVIII wieku zaczęła poważnie wpływać na rozwój naszej nauki i mentalności społecznej. Twierdził, że celem wszystkich ludzi jest dążenie do korzyści lub unikanie przykrości. Teza ta antycypuje doktrynę polityczną nowożytnych utylitarystów, stworzoną przez Jeremy'ego Benthama. *Paideia* Gorgiasza była także bardzo pragmatyczna. Uważał się za nauczyciela dzielności (*arete*), którą pojmował jako sprawność w oddziaływaniu na innych przy pomocy słowa oraz jako ogólną skuteczność życiową, zarówno polityczną, stanową, jak i zawodową²³. W jego ujęciu dzielność nie jest arystokratyczną, wrodzoną cnotą wyższości, lecz jest umiejętnością prowadzącą do sukcesów w relacjach społecznych, która polega na opanowaniu wymowy. Sztuka przekonywania jest najwyższym dobrem, ponieważ zapewnia człowiekowi wolność i pozwala kierować innymi. Myśl ta wyjaśnia stosunki między ludźmi w realiach demokratycznych i dotyczy każdej wspólnoty opartej na wolnej konkurencji społecznej. W poglądach Gorgiasza widać typową dla demokracji koncepcję stosunków międzyludzkich, opartych nie na przemocy i sile, bądź na tradycyjnym autorytecie, lecz na wzajemnym oddziaływaniu przy pomocy sprawności oralnej i umiejętności perswazyjnych, wynikających z ogólnego wykształcenia (wszyscy sofisci posługiwali się argumentacją przejętą z poezji, która była dla Greków najważniejszą sztuką i czymś w rodzaju uniwersalnego przekazu kulturowego). W swojej kontrowersyjnej nauce Gorgiasz podjął nową problematykę, dotyczącą tej sfery ludzkiego działania, którą dzisiaj nazywamy komunikacją społeczną²⁴. Wszyscy w zasadzie teoretycy pedagogiki twierdzą, że „skuteczność komunikacyjna” jest podstawową umiejętnością, konieczną, aby funkcjonować w społeczeństwie opartym na konfrontacji i uzgadnianiu stanowisk, a takim jest każde społeczeństwo

23. Zob. Pl. *Grg.* 452 d-e; *Men.* 71e-72a, por. 73 c.

24. Zob. Nerczuk (1997), s. 90 n.

demokratyczne. Jednak Gorgiasz podkreślał, że sztuka wymowy jest narzędziem, które powinno być wykorzystywane jedynie do realizacji sprawiedliwych celów, a zatem jego nauka miała podłoże etyczne, bardzo istotne w odniesieniu do sfery publiczno-politycznej²⁵.

Według Gorgiasza skuteczność retoryczna polega na mówieniu odpowiednich rzeczy w odpowiednim momencie (*kairos*), dlatego niektórzy twierdzą, że był on pierwszym mistrzem relatywistycznej etyki sytuacyjnej, która nie ma nic wspólnego z etyką normatywną opartą na niepodważalnych zasadach²⁶. Na pewno uważał, że skuteczność człowieka wynika z umiejętności dostosowania się do sytuacji i wymagań chwili. Tę umiejętność musi posiadać każdy dobry mówca. W tym punkcie poglądy tego mistrza demokratycznej polityki są całkowicie zgodne z dzisiejszą praktyką polityczną. Łatwo zauważyć, że obecnie tak postępują wszyscy wybitni liderzy świata demokratycznego. Edukacja retoryczna w szkołach amerykańskich uwzględnia szeroko teorię doboru właściwych argumentów, dostosowanych do danego audytorium. Teoria ta stanowi podstawę całej nauki Chaima Perelmana.

Prodikos z Keos (ur. 470/460 – pocz. IV w. p.n.e.)

Prawdopodobnie uczeń Protagorasa, sam był nauczycielem Sokratesa, Eurypidesa i Izokratesa, pisał dzieła filozoficzne i filologiczne, które się nie zachowały²⁷. Zajmował się zawodowo nauczaniem wymowy, ponadto interesował się zagadnieniami związanymi z powstaniem państwa, prawa i religii. Według niego wspólna praca zrodziła pierwsze więzi społeczne i państwowe. Podobnie jak Protagoras dostrzegał pozytywną ewolucję człowieka, którą pojmował historycznie. Jest autorem pierwszej racjonalnej teorii religii, twierdził, że ludzie na początku utożsamiali bóstwa z wszystkimi siłami i rzeczami naturalnymi, które przynosiły pożytek, na przykład: słońce, księżyc, rzeki i płody ziemi. Z czasem za bogów uznali tych, którzy wynaleźli różne umiejętności. Prodikos sądził zatem, że wierzenia religijne są ukształtowanym historycznie tworem ludzkim. Można go zatem uznać za prekursora nowożytnej metodologii religioznawstwa, opartej na badaniach antropologiczno-historycznych. W starożytności zasłynął

25. Zob. Pl. Grg. 457 b-c.

26. Migliori M. (1973), *La filosofia di Gorgia*, Milano, Celuc, s. 134.

27. O naturze, Pory (Horai – greckie boginie ładu we wszechświecie), O poprawnym mówieniu.

jako autor moralnej przypowieści o Heraklesie na rozdrożu²⁸. W opowiadaniu tym personifikacja cnoty *Arete* (w języku greckim *to, co najlepsze*), przemawiając do herosa, utożsamia cnotę ze szczęściem i umiarkowaną przyjemnością. Podkreśla jednak, że można je osiągnąć tylko przez czyny pożyteczne. Jest to zatem wykładnia etyki użytecznej, ponieważ Cnota wyraźnie twierdzi, że określone korzyści zawsze wynikają z określonych działań. Historia ta ma wymiar bardzo praktycystyczny, antyarystokratyczny i – w sensie filozoficznym – antyidealistyczny, ponieważ cnota nie jest tutaj wartością samą w sobie, lecz narzędziem osiągania powodzenia w życiu na różnych polach. Poglądy Prodikosa na temat państwa i prawa, jak na owe czasy, były bardzo progresywne i zgodne z realiami politycznymi demokracji ateńskiej. Twierdził, że państwo tworzą obywatele z warstwy średniej – *mesoi politai*, którzy w drodze umowy ustanawiają prawa chroniące wspólnotę przed zagrożeniem ze strony warstwy bogaczy, chcących powiększyć swój stan posiadania, oraz ze strony najbiedniejszych obywateli, skłonnych zawsze do przewrotów politycznych, w nadziei uzyskania jakichkolwiek dóbr i wpływów. Ta antyarystokratyczna koncepcja państwa antycypuje powszechnie znaną, arystotelesowską teorię najlepszego ustroju, opartego na warstwie średniej, która zapewnia stabilizację polityczną. Podobne poglądy są obecne we współczesnej liberalnej myśli politycznej i stanowią podstawę polityki społecznej we wszystkich państwach demokratycznych.

Prodikos uchodzi za twórcę synonimiki. Uważał, że z każdego słowa można wydobyć nieskończoną ilość odcieni znaczeniowych. Zdawał sobie sprawę z wieloznaczności słów i to doprowadziło go do przekonania, że wymowa jest wielką siłą, za pomocą której można nakłonić do każdego działania. Przypomnijmy, że związek wieloznaczności słowa z jego skutecznością jest podstawowym zagadnieniem wielu współczesnych szkół krytyki retorycznej, a także wielu kierunków filozofii postmodernistycznej.

Hippiasz z Elidy (V/IV w. p. n. e.)

Erudyta i nauczyciel nauk przyrodniczych, reprezentuje drugą generację klasycznej sofistyki – tak zwany nurt naturalistyczny. Był pierwszym zwolennikiem i mistrzem wiedzy encyklopedycznej (*polymathia*), którą uważał za podstawę wykształcenia. Uprawiał studia literackie o charakterze porównawczym.

28. Xen. *Mem.* II, 1, 23-25.

Objaśniając poetów podejmował problematykę moralną, był zatem twórcą metod dydaktycznych, które utrzymały się w studiach klasycznych aż do XIX wieku. Były to początki rozwoju wychowania i edukacji opartej na wiedzy ogólnej, co miało wówczas poważne znaczenie społeczne i polityczne, ponieważ było sprzeczne z dotychczasową tradycją wychowania, którego cel stanowiła doskonałość cielesna i etyczna (arystokratyczna *kalokagathia*). Kształcenie polegające na porównawczym przyswajaniu faktów i różnych opinii mogło być przyczyną relatywistycznego stosunku do rzeczywistości politycznej we własnym państwie. Zainicjowane przez Hipiasza metody wychowawcze miały zatem szeroki wymiar edukacyjny i były zgodne z duchem przemian politycznych, które nastąpiły w demokratycznych Atenach. Metody te nie miały nic wspólnego z arystokratycznymi ideałami wychowawczymi i dlatego budziły niechęć Platona, który przedstawił je karykaturalnie w swoich dwóch dialogach poświęconych temu sofście (*Hippiasz Większy*, *Hippiasz Mniejszy*).

U Hipiasza pojawia się przeciwstawienie natury (*physis*) i konwencjonalnych praw ludzkich (*nomos*), opartych na umowie między obywatelami. Opozycja ta stanowi początek doktryny prawa natury, która jest obecna do dzisiaj w europejskiej myśli politycznej. Ten wykpiony przez Platona mistrz uważał, że prawa ludzkie dzielą ludzi i różnicują, tymczasem według natury wszyscy ludzie są sobie równi²⁹. Prawo ludzkie jest przygodne i zmienne, natomiast prawo natury jest wieczne i niezmiennie. Warto podkreślić, że dopiero od czasów oświecenia idea równości ludzi niezależnie od pochodzenia stanowi podstawę europejskiego światopoglądu politycznego i humanistycznego. Hipiasz jest zatem starożytnym prekursorem idei egalitaryzmu i braterstwa wszystkich ludzi. Idea ta jest podstawą doktrynalną wszystkich w zasadzie współczesnych orientacji politycznych (oprócz różnych formacji skrajnie nacjonalistycznych).

Antyfont (V w. p.n. e.)

Autor również zaliczany do tak zwanego naturalistycznego nurtu sofistyki. Niewiele wiemy o jego życiu i działalności³⁰. Pisał dzieła filozoficzne, w których

29. Zob. Pl. *Prt.* 337c-338a.

30. Do niedawna uważano, że Antyfont sofista i znany mówca Antyfont z Ramnus to ta sama osoba, zob. Mielczarski (2010) s. 68 n. Zainteresowanie jego myślą znacznie wzrosło po odkryciu dwóch papirusów (POxy XI n 1364, I i LII, 3647) zawierających fragmenty zaginionych dzieł filozoficznych Antyfonta (*Prawda*, *O zgodzie*, *Mowa polityczna*), zob. Havelock (1957), s. 255-294.

analizował naturę i postępowanie człowieka. Podobnie jak Hippiasz, był przeciwnikiem uprzedzeń stanowych i zwolennikiem równego traktowania wszystkich ludzi, zarówno Greków, jak i barbarzyńców. Wynika to z wiecznego i niepodważalnego prawa natury, którego przekraczanie jest bezwzględny złem. Poglądy Antyfonta stanowią początek kształtowania się ogólnego pojęcia ludzkości, które jest przeciwstawieniem wszelkich podziałów naszego gatunku: społecznych, kulturowych i narodowych. Idea ta stała się w czasach nowożytnych nadrzędną wartością wszystkich progresywnych teorii prawno-naturalnych i do dzisiaj odgrywa istotną rolę w rozwoju cywilizacji europejskiej. Zachowane skąpe fragmenty pism filozoficznych sofistów potwierdzają, że to oni, a nie stoicy, zapoczątkowali ten sposób myślenia o ludzkości, który kształtuje wszystkie współczesne światopoglądy pluralistyczne.

Antyfont twierdził, że prawa stanowione są wynikiem umowy i mogą pozostawać w sprzeczności z naturą. Jednak naturę człowieka traktował bardzo realistycznie i pragmatycznie, dostrzegał wyraźnie, że stosunki międzyludzkie są oparte na przeciwstawnych interesach. Niektóre jego myśli odznaczają się bardzo radykalną przenikliwością: „To, co jest korzystne dla jednych, innym przynosi szkodę”³¹. Czytając zachowane fragmenty Antyfonta można dojść do wniosku, że prawdziwą naturą człowieka jest dążenie do korzyści i przyjemności oraz unikanie przykrości. Poglądy te są archetypem tak zwanego prawa do samozachowania, które w różnych ujęciach pojawia się w nowożytnej myśli pragmatycznej (Machiavelli, Hobbes, Bentham, współczesna psychologia i najnowsza pedagogika krytyczna). Havelock jednak słusznie udowadnia, że w nauce Antyfonta pojawia się po raz pierwszy w Grecji doktryna nie-agresji osobistej jako podstawowej zasady ludzkiego postępowania³². A zatem sofista ten jest twórcą idei zgody obywatelskiej i politycznej (prawdopodobnie o tym rozprawiał w swoim zaginionym traktacie *O zgodzie*). Wszyscy wiemy, że obecnie myślenie takie jest podstawą ideologii demokratycznej i współczesnej filozofii dialogu, która zajmuje się wszystkimi formami komunikacji międzyludzkiej.

31. Diels – Kranz, 87, B 44

32. Havelock, op. cit., s. 206.

Wszyscy wymienieni wyżej sofisci³³ i ich uczniowie dokonali rewolucji w greckim wychowaniu, tworząc podstawy edukacji praktycznej. Wszyscy w zasadzie uważali, że cnota (*arete*) jest sprawnością w każdej dziedzinie, a nie wrodzoną cechą tych, których nazywano najlepszymi (*aristoi*). Ich poglądy musiały być wówczas bardzo obrazoburcze, ponieważ głosili, że każdy, niezależnie od pochodzenia społecznego i płci, powinien odznaczać się określoną i właściwą mu *cnotą* czyli *dzielnością*, a więc nawet kobiety, dzieci i niewolnicy. Praktycystyczne pojmowanie dzielności osobistej stanowiło podstawę sofistycznej pedagogiki, opartej na retoryce, która według nich była sztuką przekonywania. Doskonale zdawali sobie sprawę, że państwo jest wspólnotą oddziałujących na siebie i współzawodniczących ze sobą jednostek. Obecnie historycy i antropologowie podkreślają agonistyczny charakter całej kultury społecznej w greckich miastach-państwach. Polityczna rywalizacja między obywatelami w demokratycznych Atenach była typowym przykładem takiego współzawodnictwa. Sofisci postrzegali politykę jako sztukę wywierania wpływu przy pomocy słowa. Przypomnijmy, że Grecy uważali aktywność obywatelską za najważniejsze i najbardziej godne zajęcie ludzi wolnych, a zatem sofistyczna *paideia*, oparta na skuteczności oralnej, przygotowywała młodych ludzi do życia w państwie. Na tym polegała uniwersalność ich nauczania, które miało charakter porównawczy. Materią dydaktyczną była poezja, którą Grecy uważali za skarbnicę mądrości. Pedagogika sofistów daje początek orientacji utylitarnej i pragmatycznej, która stanowi ogólną podstawę europejskiej, klasycznej myśli liberalnej. Ateńscy nauczyciele wymowy uważali, że prawa i obyczaje mają charakter umowny, byli więc faktycznymi twórcami idei umowy społecznej, która jest istotą funkcjonowania demokratycznego państwa.

Sofisci uczyli różnych punktów widzenia, czego nie mógł znieść Platon, ponieważ poszukiwał doskonałego, czyli bezdyskusyjnego ideału człowieka. Ich przekonanie o subiektywnym charakterze postrzegania świata przez różnych ludzi to powszechnie dziś akceptowany światopogląd demokratyczny oparty na pluralizmie kulturowym. Sofisci zatem byli patronami kultury opartej na takich wartościach, dlatego należy ich uważać za prekursorów nowożytnej idei tolerancji. Ponowocześni pragmatycy i liberalni filozofowie społeczni, podobnie jak

.....
33. Artykuł niniejszy, ze względu na jego syntetyczny i ogólny charakter, omawia poglądy jedynie najważniejszych sofistów pierwszej generacji (z epoki Peryklesa i Sokratesa).

pierwsi sofisci, postrzegają państwo jako zbiór oddziałujących na siebie obywateli. Wszystkie normy społeczne, prawne i państwowe są historycznym tworem, powstałym w wyniku rozwoju interakcji ludzkiej. Skutkiem tej interakcji jest konsensus społeczny. Poglądy te, realizowane praktycznie w każdym państwie demokratycznym, są kontynuacją sofistycznego postrzegania państwa i prawa, stanowią także całkowite zaprzeczenie tradycji platońskiej. Filozof ten traktował państwo jako nadrzędną instytucję normatywną, która ma kształtować cnotę obywateli. Według niego prawo jest narzędziem jedności państwa oraz uprawiania piękna i dobra, a nie przedmiotem dyskusji między obywatelami. Jak wiadomo, postawa taka doprowadziła Platona do utopijnej teorii wspólnoty państwowej, opartej na normach, które tworzyć mieli filozofowie – jedyni ludzie predestynowani do poznania boskiej prawdy, stanowiącej źródło prawa. Natomiast nauka sofistów antycypuje późniejszą, rozwijającą się w duchu postępu wiedzę o społeczeństwie, która w epoce nowożytnej nabrała charakteru racjonalnych teorii, powiązanych z praktyką społeczną i polityczną. Warto pamiętać, że mędracy ci jako pierwsi zadawali praktyczne pytania na temat pochodzenia prawa, obyczajów i wszelkich urządzeń społecznych. Według nich tworzy je człowiek w zależności od warunków i okoliczności. Podobną teorię w czasach oświecenia przedstawił Monteskiusz w swoim fundamentalnym dziele *O duchu praw*. Fakt ten świadczy o wyjątkowej progresywności nauki sofistów, stanowiącej archetyp nowożytnego, liberalnego racjonalizmu. Dzieło Monteskiusza podważyło ostatecznie metafizyczną, transcendentalną koncepcję prawa stanowionego.

Wszyscy sofisci postrzegali społeczeństwo jako wspólnotę jednostek nadających i odbierających komunikaty. Wszyscy wiedzą, że teoria i praktyka retoryki jest odzwierciedleniem takiego pojmowania stosunków międzyludzkich. Zagadnienia podjęte przez sofistów: relacja między słowem a prawdą i między słowem a komunikującymi podmiotami, stała się istotnym tematem teoretycznej humanistyki i filozofii współczesnej – wystarczy wspomnieć neopragmatyków, postmodernistów, Perelmana, Gadamera czy Habermasa. Ponowoczesna kultura w coraz większym stopniu jest kształtowana przez wszechobecną sztukę przekonywania przy pomocy słowa, obrazu i dźwięku. To, co Platon nazywał mniemaniami i niebytem, obecnie stało się dominantą tej kultury, której istotą jest zmiana i płynność wartości. Płynność ta powstaje między innymi w wyniku presji wielu indywidualnych i zbiorowych podmiotów, zajmujących się przekonywaniem (politycy, korporacje, przemysły popkultury, media, idole

muzyki masowej, celebryci itd.). Wielu przedstawicieli najnowszej filozofii głosi, że nie ma i nie może być żadnego związku między jakimkolwiek systemem filozoficznym a funkcjonowaniem demokracji (Rawls, wielu postmodernistów, na przykład Rorty). Ten programowy antydoktrynalizm i towarzyszący mu często skrajny konwencjonalizm jest ostatecznym zwrotem w kierunku sofistycznego relatywizmu politycznego.

Sofiści okazali się nie tylko prekursorami wszystkich nowożytnych ideologii pragmatyczno-utilitytarnych. Są także twórcami takiej *paidei*, która w obecnych czasach daje umiejętność autoekspresji, asertywność i ogólną wiedzę komparatystyczną. Współczesna edukacja interaktywna wywodzi się także z ducha sofistycznej sztuki dyskusowania. Nie da się ukryć, że w praktyce społecznej i pedagogicznej całkowite zwycięstwo odniosły koncepcje teoriopoznawcze Protagorasa, Gorgiasza, Prodikosa, Hippiasza i innych. Tymczasem idealistyczna pedagogika platońska doznała ostatecznej klęski, ponieważ współczesnego człowieka nie da się opisać przy pomocy kategorii metafizycznych. W warunkach demokratycznych motywacja transcendentna nigdy nie będzie prowadzić do ogólnej kreatywności, która w społeczeństwie ponowoczesnym powstaje z relacji intersubiektywnych. Relacje te kształtuje w poważnym stopniu sprawność oralna i umiejętność oddziaływania na innych. Wiedzieli o tym doskonale nauczyciele retoryki w epoce Platona. Stworzyli podstawy humanistyki użytkowej, która w chwili obecnej poważnie konkuruje z wartościującą, tradycyjną humanistyką. Niektórzy uważają, że w naszej epoce nastąpił jej ostateczny koniec, co przyczynia się do upadku wychowawczej funkcji uniwersytetu³⁴. Faktem jest, że takie nauki jak psychologia społeczna, teoria zarządzania, marketing i teoria komunikacji, odgrywają coraz większą rolę na uniwersytetach. Filozofia i filologia klasyczna utraciły dawno swą rangę wiodących, a przez to dostojnych dyscyplin uniwersyteckich. Powoli zanika przywiązanie do sokratejskich ideałów „wiedzy dla wiedzy”. Ideały te kształtowały humanistykę w XIX wieku, obecnie zaczyna dominować instrumentalne traktowanie wszystkich nauk o człowieku. Współczesna pedagogika indywidualna i społeczna traktuje te dyscypliny jako narzędzia rozwoju osobowości i kreatywności. Celem nie jest poznanie absolutnej prawdy o człowieku i świecie, lecz uczenie sprawności i skutecznego działania na każdym polu. W praktyce przekłada się to na standardy dotyczące socjalizacji

34. Przykładem może być charyzmatyczny neokonserwatysta amerykański Allan Bloom, który gwałtownie zaatakował współczesną edukację liberalną przypisując jej pospolity intelektualnie pragmatyzm i relatywizm aksjologiczny, zob. Bloom (1997), I wyd. 1987.

i wydajności pracy. Wymienione wyżej tendencje edukacyjne kreują nowe, demokratyczne ideały wychowawcze, ściśle związane z praktyką społeczną. Jest rzeczą zrozumiałą, że to nowe wychowanie powoduje opór wielu ludzi o orientacji konserwatywnej, którzy nadal pragną traktować humanistykę aksjologicznie i historycznie, jedynie jako studium własnej tożsamości kulturowej. W Stanach Zjednoczonych, w najbardziej technokratycznym państwie świata, od lat dwudziestych ubiegłego wieku toczą się na ten temat poważne dyskusje pedagogiczne, filozoficzne i polityczne. Problematyka dotycząca celu i charakteru edukacji jest ściśle związana z teoretyczną i praktyczną istotą demokracji, ustroju opartego na różnorodności opinii, wartości, zasad i stylu życia. To wszystko powoduje nieustanne spory aksjologiczne dotyczące edukacji. Na przykład najnowsza, amerykańska pedagogika krytyczna w poważnym stopniu uwzględnia realia tak zwanego społeczeństwa konkurencyjnego. Jej najwybitniejsi przedstawiciele twierdzą, że współczesne wychowanie polega na przygotowaniu człowieka do życia w warunkach stałej rywalizacji między wszystkimi jednostkami i grupami społecznymi³⁵. Rywalizacja ta ma charakter polityczny, ekonomiczny, kulturowy i światopoglądowy. Konkurencyjność postaw i opinii jest podstawowym czynnikiem socjalizacji człowieka. Agonistyczna istota współczesnej demokracji wywodzi się z zasad kultury obywatelskiej, które powstały w miastach-państwach greckich w V w. p. n. e.

Myśl sofistów stanowi teoretyczną podstawę pluralizmu demokratycznego i w tym duchu należy interpretować ich pedagogikę. Postrzegali oni człowieka jako dynamiczny podmiot, którego przeznaczeniem jest samorealizacja w przestrzeni społecznej opartej na różnorodności postaw i opinii. Ich dydaktyka wyzwała inicjatywę i motywację do działania politycznego. Praca na rzecz państwa uchodziła w Grecji za wielką wartość i była tytułem do największej sławy i chwały. Pierwsi sofisci byli zatem twórcami marketingu politycznego, ponieważ uczyli rozpoznawania realiów i nastrojów społecznych, co było konieczne do zrobienia kariery politycznej w Atenach (np. Gorgiasz i jego uczniowie). Nauka sofistów stanowi podstawę edukacji społecznej opartej na kulcie wolnej woli i naturalnej konkurencji, której efektem jest zmienność kulturowa – jedyna bezwzględnie stała cecha demokracji.

35. Zob. np. Giroux (1983).

Bibliografia (wybór)

- Adkins A.W.H. (1973), *ARETH, TEXNH. Democracy and Sophists*, Prot. 316b–328d, „Journal of Hellenic Studies” 93, s. 3-12.
- Bloom A. (1997), *Umysł zamknięty. O tym, jak amerykańskie szkolnictwo wyższe zawiodło demokrację i zubożyło dusze dzisiejszych studentów*, przeł. T. Bieroń. Poznań, Zysk i S-ka. [I wyd. – 1987, *The Closing of the American Mind. How Higher Education Has Failed Democracy and Impoverished the Souls of Today's Students*, New York, Simon and Shuster].
- Buchheim T. (1986), *Die Sophistik als Avantgarde normalen Lebens*, Hamburg, F. Meiner.
- Diels H., Walther K., (1951) *Die Fragmente der Vorsokratiker, griechisch und deutsch*, t. II, Berlin, Weidmann, s.253-341.
- Dietz K.M. (1976), *Protagoras von Abdera*, Bonn, Habelt.
- Edelstein L. (1967), *The Idea of Progress in Classical Antiquity*, Baltimore, Johns Hopkins University Press
- Farrar C. (1988) *The Origins of Democratic Thinking: The Invention of Politics in Classical Athens*. Cambridge, U.K., and New York: Cambridge Univ. Press.
- Fish S. (2002), *Interpretacja, retoryka, polityka. Eseje wybrane*. Red. A. Szahaj, przeł. K. Abriszewski [et al.], Kraków, Universitas.
- Giroux H.A. (1983), *Theories of Reproduction and Resistance in New Sociology of Education: A Critical Analysis* „Harvard Education Review” 53, 3, ss. 257-293.
- Gorgias von Leontini (1989), *Reden, Fragmente, und Testimonien*, Hrsg. T. Buchheim, Hamburg, F. Meiner.
- Guthrie W. K. C. (1971) *The Sophists*. Cambridge, U.K.: Cambridge Univ. Press.
- Havelock E.A. (1957), *The Liberal Temper in Greek Politics*, New Haven, Yale Univ. Press.
- Heinimann F. (1945), *Nomos und Physis. Herkunft und Bedeutung einer Antithese im griechischen Denken des 5. Jahrhunderts*, Basel, F. Reinhardt.
- Jarratt S. (1991), *Rereading the Sophists: Classical Rhetoric Refigured*. Carbondale: Southern Illinois Univ. Press.
- Kelly V.A. (1995), *Education and Democracy. Principle and Practice*, London, Paul Chapman.
- Kennedy G. (1963), *The Art of Persuasion in Greece*, Princeton, Routledge.
- Kerferd G.B. (1953), “Protagoras’ Doctrine of Justice and Virtue in the Protagoras of Plato”, *Journal of Hellenic Studies* 73, ss. 42-45.
- Kerferd G.B. (1989), *The Sophistic Movement*, Cambridge, Cambridge Univ. Press.
- Kerferd G.B. red., (1981), *The Sophists and their Legacy*, Hermes, Einzelschriften 44, Wiesbaden, F. Steiner.
- Lichański J.Z. (2005), „Quintilian vs. Perelman. Jedna czy wiele teorii retoryki oraz problemy argumentacji”, *Forum Artis Rhetoricae* 3–4, ss. 36-48.
- Mielczarski (2010) *Sofiści i polityka. Antyczne źródła liberalizmu europejskiego*. II wyd. popr. i uzupełn., Warszawa, PWN [I wyd. 2006: *Idee społeczno-polityczne sofistów. U źródeł europejskiego pluralizmu politycznego*, Warszawa, Wyd. Wydz. Polonistyki UW].
- Migliori M. (1973) *La filosofia di Gorgia*, Milano, Celuc, s. 134.

Nerczuk Z. (1997) „Traktat ‘O niebycie’ Gorgiasza z Leontinoi”. *Przegląd Filozoficzny* VI, 3, s. 79-94.

Nerczuk Z. (2002), *Sztuka a prawda. Problem sztuki w dyskusji między Gorgiaszem a Platonem*, Wrocław, Wyd. Uniw. Wrocławskiego.

Newinger H.J. (1971) *Untersuchungen zu Gorgias' Schrift „Über das Nichtseiende”*, Berlin–New York, de Gruyter.

Szpociński A. (2003), „Wyłanianie się nowego ładu edukacyjnego we współczesnej Polsce”. *Kultura współczesna* 3 (37), ss. 5-17.

Tuszyńska-Maciejewska K. (1987) *Filozofia w retoryce Gorgiasza z Leontinoi*, Poznań, Wyd. Nauk. UAM.

Wiśniewski B. (1966) *L'influence des sophistes sur Aristote, Épicure, stoïciens et sceptiques*, Wrocław–Warszawa–Kraków, Ossolineum.

Zeidler–Janiszewska A. (2003) *Filozofia i strategie edukacyjne. Uwagi na marginesie starych i nowych lektur*, „Kultura Współczesna” 3 (37), s. 18-45.

The Heritage of Ancient Sophists and Modern Culture

The ideas of ancient sophists are visible in those trends of today's humanities that express the essence of the democratic formation (for instance, various forms of postmodernist philosophy, Perelman's "New Rhetoric", and all the schools of the rhetorical theory of reality). The art of persuasion is the basic mechanism of democracy: Plato discovered the rhetorical nature of this type of political system and criticised it as based on something contrary to real knowledge. Sophists made revolutionary changes in Greek upbringing, creating the foundations of practical education. They were the first to regard the society as a community of individuals sending and receiving messages. Their pedagogy, based on rhetoric, had as its theoretical foundation a practical understanding of personal excellence. That pedagogy gave rise to the utilitarian and pragmatic orientation that formed the classical European liberal thought. The sophists were the authors of the idea of social contract, the essential mechanism of a democratic state. They were expounding various points of view; their conviction of the subjective character of various persons' ideas about the world anticipated the now generally accepted democratic approach based on cultural pluralism. That is why the sophists should be treated as precursors of the modern idea of tolerance. They are also the inventors of the *paideia*, which in our times teaches people to express themselves, makes them assertive and gives them general comparative knowledge. Protagoras, Gorgias, Hippias and Antiphon regarded man as a dynamic subject, destined for self-realization in social interaction based on variety of attitudes and opinions. Therefore their thought is the archetype of today's social pedagogy. Their rhetoric, often criticized as totally relativistic, was in fact oral efficiency, providing their users with successful communication in a democratic society.

Joanna Partyka
Instytut Badań Interdyscyplinarnych „Artes Liberales”
Uniwersytet Warszawski

TRADYCJA ANTYCZNA JAKO ARGUMENT W POLEMICE Z WROGAMI RZECZPOSPOLITEJ

Polscy pisarze siedemnastowieczni posługiwali się tradycją antyczną jako bronią w zwalczaniu nieprzychylnych Rzeczypospolitej, stereotypowych sądów, spopularyzowanych m. in. przez *Icon animorum* Johna Barclaya. Pod tym kątem zanalizowane zostały dwa dzieła: *Declamatio contra obtrectatores Poloniae* (1631) Szymona Starowolskiego i *Polonia defensa contra Joannem Barclaium* (1648) Łukasza Opalińskiego. Obaj autorzy obficie korzystają z różnego rodzaju odniesień do dziedzictwa starożytności. Zbijając argumenty „oszczerców Polski”, znajdują kontrargumenty w tekstach Horacego, Juwenalisa, Seneki, Cyserona, Kwintyliana, Plutarcha, Plauta, Lukana, Tacyta, Arystotelesa, Owidiusza, Swetoniusza i Tukidydesa, a także w mitologii antycznej. Z analizy wynika, że przytaczanie antycznych opinii i odwoływanie się do antycznych norm i urządzeń społecznych służy staropolskim pisarzom nie tylko wykazaniu ciągłości tradycji. Najwyraźniej, przywołanie autorytetu starożytnych stanowiło najcięższą i najskuteczniejszą broń, jaką można było wytoczyć przeciwko wrogom Rzeczypospolitej. Autorytet starożytnych funkcjonował wówczas w świadomości społecznej jako ostateczny argument niepodlegający dyskusji.

“Vivimus nempe securi: violentiae omnis metusque expertes. Non miles spoliat, non publicanus atterit, non opprimit, non cogit ad onera princeps [...]. Tum delatores [...], severa supplicia, carcer, proscriptio, exilum [...] omnia ista ignota sunt nobis, pariter et invisa. Accedimus ad Rempubl[icam] cum lubet. Non adacti munera subimus, non ponimus sine causa iussi. Tutum est privatum agere, vacat periculo gerere magistratum [...]. Ita beati agimus vitam, cui nihil addi potest ad cumulum fortunae, nisi perpetuitas” (Opalinius 1648: 92-92).

„Żyjemy bezpiecznie, nie znając gwałtów ani obawy. Nie łupi nas żołnierz, nie gnębi poborca, władca nie uciska ani nie zmusza do ciężarów. Donosiciele [...], surowe kary, więzienia, wygnanie, wszystko to nie jest nam znane, a równocześnie tego nienawidzimy. Zajmujemy się Rzeczpospolitą, gdy [gdyż; przyp. J.P.] nam się tak podoba. Nie zmuszani, bierzemy na siebie obowiązki, nie składamy ich bez przyczyny [...]. Bezpiecznie możemy pędzić życie prywatne, sprawowanie urzędów nie naraża na żadną

obawę [...]. Tak szczęśliwy pędzimy żywot, któremu niczego dodać nie można do pełni pomyślności, chyba wieczne trwanie” (Opaliński [1648] 1921: 65-67).

Taki „śpiew na cześć narodu polskiego” znajdziemy w łacińskim traktacie Łukasza Opalińskiego zatytułowanym *Polonia defensa contra Barclaium* z 1648 r., pomyślanym jako polemika z oszczerstwami rzuconymi na Rzeczpospolitą ponad trzydzieści lat wcześniej przez Johna Barclaya w *Icon animorum* (1614). Podobną funkcję miała pełnić wydana w 1631 r., a więc siedemnaście lat przed traktatem Opalińskiego – łacińska mowa Szymona Starowolskiego *Declamatio contra obtrectatores Poloniae* (Kraków 1631), choć próżno by szukać w niej aż tak wyidealizowanego obrazu Rzeczypospolitej. Starowolski przyznaje bowiem, że byliśmy kiedyś narodem barbarzyńskim – „w czasach Tietmara, Ottona von Freising i Eneasza Sylwiusza” (Starovolscius 1631:[3]). Obecnie jednak,

„...w Polakach trwa niewzruszona wieczność cnót, tak jakby dziedzictwo sankcjonowane prawem, i tkwią w nas prosta wiara, łaskawość i dzielność. Ponieważ ludzie o złej woli zanadto je umniejszają i oceniają nas jako zniesławionych wszelakim barbarzyństwem, i nie uważają nas za godnych, abyśmy dorównali pozostałym narodom Europy, ja postanowiłem, wiedziony obowiązkiem obywatelskim, albo raczej patriotyzmem/pobożnością (pietas), przy pomocy tej mowy usunąć tę zmazę i odeprzeć każde oszczerstwo popełnione przeciwko naszemu narodowi” (Starovolscius 1613: [3-4] przeł. A. Skolimowska).

W swej mowie Starowolski daje odpór Thomasowi Lansiusowi, prawnikowi, historykowi, profesorowi Uniwersytetu w Tybindze, autorowi obszernego dzieła *Consultatio de principatu inter provincias Europae*, wydanego w 1613 r., a więc w rok po *Icon animorum* Barclaya.

W XVI i XVII wieku refleksja nad charakterem narodowym różnych nacji pojawiała się w całej Europie w publicystyce, historiografii, była też ulubionym tematem bardzo popularnych wówczas dzienników podróży. Wierszowane najczęściej dziełka typu *nationum proprietates*, w których opis mieszkańców Europy opierał się na stereotypowych sądach były powszechnie znane (Kot 1954; Kot 1987). Narody występowały w nich, jak trafnie zauważył współczesny historyk, „niczym postacie w szopkach bożonarodzeniowych lub w [...] komediach dell'arte” (Tazbir 1986:9).

Prozatorskie dzieła *Icon animorum* i *Consultatio de principatu inter provincias*

Europae po części tylko wpisują się w tradycję tego piśmiennictwa „antropologicznego”, są to bowiem obszerne (*Icon animorum* liczy prawie 90 stron) podbudowane erudycją traktaty łacińskie, a nie drobne utwory wierszowane.

Parę słów o ich autorach. John Barclay (1582-1621), Szkot pochodzenia francuskiego (Francuzi uważają go za Francuza pochodzenia szkockiego; matka była Francuzką) piszący po łacinie, znany jest przede wszystkim jako autor alegorycznej, wierszowanej, dedykowanej Ludwikowi XIII powieści z kluczem, *Argenis*, opublikowanej w 1621 r. i przetłumaczonej jeszcze w XVII wieku na wiele języków narodowych (na język polski przełożył ją Wacław Potocki, 1697; na angielski Thomas May w 1633). Drugim, znanym w całej Europie dziełem Barclaya był *Euphormionis Lusinni Satyricon* – ostra satyra o charakterze religijnym (atak na jezuitów) i politycznym. *Icon animorum* początkowo publikowane było jako czwarta część *Satyriconu*. Satyryczny obraz wybranych narodów Europy (kolejno: Francja, Brytania, Niemcy, Italia, Hiszpania oraz „Hungari, Poloni, Mosci, gentes reliquae ad septentrionem positae”), poprzedzony jest charakterystyką kolejnych etapów życia ludzkiego (dzieciństwo, młodość, wiek średni i starość), a następnie geograficznym opisem poszczególnych krajów (Barclaius 1886: 88-100).

Thomas Lansius (Lanss, 1577-1657) wykładał prawo na uniwersytecie w Tybindze. Ceniony był jako autor mów i podręczników akademickich, a także kolekcjoner monet. Wydane w 1613 r. i wielokrotnie wznawiane dzieło *Consultatio de principatu inter provincias Europae* było obszernym (900 stron) zbiorem mów broniących bądź oskarżających poszczególne europejskie nacje. Najdłuższe mowy, „*Oratio pro Germania*” i „*Oratio contra Hispaniam*” liczą po osiemdziesiąt stron. W wydaniu z 1620 roku oracja „*Maximilian de Mosch Silesius Oratio pro Polonia*” zajmuje strony 587-611, „*Acacius Axelius von Görholm Suecus Oratio contra Poloniam*” strony 612-638.

Oszczerstwami skierowanymi przeciwko Rzeczypospolitej Barclay i Lansius sprowokowali (nie natychmiast, co warto podkreślić, ale po ponad trzydziestu latach) dwóch znanych i cenionych w Polsce pisarzy politycznych. Łukasz Opaliński (Luca Opalinus), syn wojewody poznańskiego, był cenionym mówcą, poetą, zaangażowanym politykiem, bibliofilem. Odebrał gruntowne wykształcenie humanistyczne, między innymi na uniwersytetach w Lowanium i w Padwie. Szymon Starowolski (Starovolscius), młodszy o pokolenie od autora *Polonia defensa*, syn niezbyt zamożnego bojara, początkowe nauki pobierał na magnackich dworach, następnie w Akademii Krakowskiej, by potem studiować na tych samych

uniwersytetach, w których edukował się Opaliński. Opublikował za życia wiele prac z zakresu polityki, wojskowości, prawa, historiografii, ekonomii i obyczajowości. Do historii literatury polskiej przeszedł przede wszystkim jako autor biograficznego dzieła *Scriptorum Polonicorum Hecatontas seu centum illustrium Poloniae scriptorum elogia et vitae* (Frankfurt, 1625; Wenecja, 1627).

Obaj pisarze żywili prawdziwe uznanie dla erudycji i wykształcenia retorycznego, co widoczne jest w ich tekstach wymierzonych przeciwko „złośliwcom” i „kłamcom” znieważającym polski naród. Starowolski, który był także autorem dzieła opiewającego zalety polskich mówców podtrzymujących tradycję starożytnego oratorstwa – *De claris oratoribus* – tak pisze o roli mów w kulturze staropolskiej XVI i początków XVII wieku:

„W Polsce [...], gdy wśród szlachty ktoś przychodzi na świat lub umiera, schodzą się sąsiedzi i wobec niezwykle liczного grona słuchaczy wygłaszają mowy, czy to winiszujące, czy żałobne. Podobnie, gdy świętuje się zaślubiny albo wzywa skłóconych, by powrócili do dawnej przyjaźni, gdy trwa proces sądowy albo ktoś obejmuje urząd, gdy wita się powracających z wojny lub długiej podróży, gdy nad dobrem publicznym obradują sejmiki, gdy posłowie ziemscy wysyłani są na sejm koronny, gdy obiera się sędziów trybunału w którymkolwiek roku i z jakiegokolwiek okręgu – wszędzie tam wygłaszane są oracje ułożone zgodnie z zaleceniami retorów [podkreślenie J.P.]. [...] W ogóle niesłusznie zwać się będzie polskim szlachcicem ten, kto nie potrafi płynnie i kunsztownie rozprawiać o każdej sprawie, choćby i nie po łacinie” (Starowolski 2002: 26, 28).

W tym wychwalaniu polskich oratorów wtóruje Starowolskiemu Opaliński:

„Najpoważniejsi mężowie [...] wygłaszają zdania pełne mądrości, godne poznania przez obcych. I składają wielkie, szacowne przykłady owej starożytnej stałości, jak niegdyś Rzymianie” (Opaliński [1648] 1921: 39-40).

Opaliński i Starowolski, zwalczając poglądy cudzoziemców, którzy dostrzegali w Rzeczypospolitej wiele grzechów i niedociągnięć natury politycznej, społecznej, obyczajowej i intelektualnej, zbijają ich argumenty, podają kontrargumenty, polemizują i wyśmiewają, „zgodnie z zaleceniami retorów”. Autorytet starożytnych – nie do zbicia w ówczesnym potocznym światopoglądzie, w którym to, co dawne jest prawdziwe i nie podlega żadnej dyskusji – stanowi w tej

walce groźną broń. Z drugiej strony obaj autorzy popisują się erudycją, mającą niewiele wspólnego z myśleniem potocznym. Powołują się na Horacego, Juwenalisa, Senekę („mówię to słowami Seneki”), Cyserona, Kwintyliana, Plutarcha, Plauta, Lukana, Tacyty, Arystotelesa, Owidiusza, korzystają ze Swetoniusza i Tukidydesa, odwołują się do mitologii. Pośrednikiem bywa Lipsjusz.

Obaj pisarze przyjęli następujący sposób refutacji: najpierw cytują „wrogów” Rzeczypospolitej, a następnie systematycznie zbijają kolejne argumenty (w ramach możliwości, jakie daje im gatunek), nie stroniąc przy tym od drwiny. Czują się do tego w pełni uprawnieni – Barclay i Lansius skrzywdzili ich ojczyznę, posunęli się do oszczerstwa, posłużyli obelgami, niesprawdzonymi, pozbawionymi sensu plotkami. Oto parę przykładów posługiwania się tradycją antyczną w walce z „oszczercami”.

Opaliński już na wstępie próbuje zdeprecjonować przeciwnika stawiając mu ciężki zarzut, a mianowicie to, że „postanowiwszy zupełnie zerwać ze sposobem pisania starożytnych, tak dalece odstąpił od dawnego stylu prostego i naturalnego, że upstrzył swe dzieła sztuczkami i frazesami” (Opaliński [1648] 1921: 2).

Następnie określa cel: „łatwo wykażę, że to, co o nas on powiedział, jest mylne i w wysokim stopniu kłamliwe, że napisał to czy przez nieznamość rzeczy, czy też podyktowała mu tak złośliwość i pogarda” (Opaliński [1648] 1921: 2). A gdzie indziej podkreśli: „Można by o nim sądzić, że pisząc tak długo i z takim zamięłowaniem bajki, przywykł do łgarstwa tak, iż nie może niczego wiernie opowiedzieć” (Opaliński [1648] 1921: 32).

I Barclay, i Lansius twierdzą, że język polski jest barbarzyński, a Polacy nie potrafią pisać po łacinie i niewłaściwie wymawiają łacińskie słowa. Starowolski tak odpiiera ten zarzut:

„[...] nasza, europejska Sarmacja, pozbywszy się owej wiejskiej dzikości, która zasłaniała najlepsze umysły smutną nocą, wraz ze światłem ewangelii przyjęła również kulturę obyczajów. I kiedy król Jagiełło wprowadził do Krakowa profesorów wszystkich nauk, tak zaczęliśmy używać języka łacińskiego, że wszystkie nasze prawa, ustawy i dokumenty publiczne od tej pory zwykliśmy wyrażać językiem i wzorem rzymskim. Mówimy też tak biegle i czysto, że obcokrajowcy sądzą, że mamy język łaciński jako przyrodzony” (Starovolscius 1613: [52] przeł. A. Skolimowska).

Jeśli ktoś twierdzi inaczej, argumentuje Starowolski (1613: [52]), zapewne nie był nigdy w Polsce i nie poznał żadnego Polaka, „z którym mógłby porozmawiać

o elegancji naszego języka”. Wtedy niewątpliwie zmieniłby zdanie. Przykładem jest Niemiec Caspar Scioppius (Schoppe), który w dziele *Scaliger hypobolymaeus* (Mainz, 1607) niepochlebnie wyrażał się o języku polskim i Polakach, by po dwudziestu latach, dzięki rzymskiemu spotkaniu ze Starowolskim, zrozumieć swój błąd.

I jeden, i drugi „oszczerca” podnosi kwestię rzekomego barbarzyństwa mieszkańców Rzeczypospolitej. Zarzut barbarzyństwa czy nieokrzesań sta- wiany Polakom zwalczali obaj obrońcy z niezwykle zaciekleścią, najwyraźniej odczuwany był on jako niezwykle bolesny i absolutnie nieuzasadniony. Na bar- barzyństwo Polaków wpływa klimat – twierdzą zgodnie Lansius i Barclay. „Stąd i obyczaje tego ludu nie dojrzały do cywilizacji naszego wieku; pod względem owym naród ten mało jest okrzesywany” – cytuje wiernie Opaliński ([1648] 1921: 4) autora *Icon animorum* (Barclaius 1668: 93).

Opaliński [1648] 1921: 32) trzeźwo odpowiada: „Klimat nasz jest identycz- ny z klimatem najkulturalniejszych ludów. A wpływa on nie tyle na charakter człowieka, ile na zioła, zboża czy warzywa”, a następnie rozpoczyna krytykę in- nych ludów europejskich, zwłaszcza kultury francuskiej, w myśl zasady, że naj- lepszą obroną jest atak. Ta retoryczna zasada stanowi oś konstrukcyjną refutacji Opalińskiego.

„Zaiste prawdą jest – dowodzi Opaliński [1648] 1921: 33-34) - iż jak wykwiut i kulturę, tak i błędy wzięliśmy od was [Francuzów]. Jednak na ogół nie przejęliśmy się waszy- mi, to jest francuskimi obyczajami. Galia bowiem, najpiękniejsza z ziem (co trzeba przyznać), teraz sama prawie zdaje się ton nadawać wszystkim ludom Europy [...]. A cokolwiek ona wynajdzie albo wprowadzi, to uważa się za piękne i modne. [...] Lecz sama, poklaskiem się pyszniąc, zbyt bezwzględnie wymaga od innych przestrzegania swoich obyczajów, a sprzeciwiających się potępia. Według mego zdania «i głupia, i niecna ta miłość własna godna jest kary»”¹.

Kontynuując krytykę Francji, pisze Łukasz Opaliński ([1648] 1921:34), że „wiele tam marności, błazeństwa, rozpusty, [...] we własnej opinii są całkiem ze siebie zadowoleni. Tak niegdyś Greczynowie, którzy innych nazywali barba- rzyńcami, sami nazbyt się miłując i ceniąc, wiemy ile w życiu całym nabroili”. Wreszcie, nie bez złośliwości dodaje (Opaliński [1648] 1921: 37), że zdeprawowany

1. Ostatnie zdanie pochodzi od Horacego (Serm. 1,3,24): „stultus et inprobus hic amor est dignusque notari”.

naród francuski „niczego nie czyta prócz opowieści miłosnych [...]. W liczbie tej jest i Jan Barklaj [jako autor *Argenidy*], który nas łąje, a który sam «obłudnie zachęca do grzechu opowiadkami wabnymi»². Na szczęście, kontynuuje Opałiński ([1648] 1921: 37), Polakom daleko jest do zniewieściałych Francuzów „zajętych grzebieniem, zwierciadłem i papilotami”. Polacy to *equites fortissimi*, którzy nie rozwijają miłości własnej, ale troszczą się o miłość ojczyzny, „męstwem i cnotą” gotowi odpierać „publiczne zniesławienie imienia Polski”.

Autora Mowy przeciwko oszczercom szczególnie zabolowały twierdzenia Lansiusa o nieznanomości sztuki wojennej i braku wojennych cnót (*virtus*) wśród Polaków. Odpierając te zarzuty, obficie posługuje się metaforą antyczną, jak np. „herkulesowe trudy naszych przodków” (*maiorum nostrum Herculei labores*, zob. Starovolscius 1613: [7]); Polacy „Starowolski z kolei z równą zaciekłością wytyka wady Niemcom, ziomkom Lansiusa i Caspara Scioppiusa. W sukurs przychodzi mu „wielka chluba literatury Josephus Scaliger”, który zarzucał Niemcom brak wykształcenia i prymitywne obyczaje (Starovolscius 1613: [56]): powściągają wrogów zwyczajem Spartan nie wałem ani fosą, ani rzeką, ani górą, lecz postrachem” (*nullo vallo aut fossa, aut fluvio, aut monte, sed formidine hostes, Spartanorum more, arcebant*, zob. Starovolscius 1613: [7]), „nigdy nie podejmują wojen przez dzikość albo rządzą władzy, ale dla zachowania spokoju” (*bellaque ipsa nunquam ad immanitatem aut regnandi libidinem, sed ad conservandam pacem suscipimus*, zob. Starovolscius 1613: [9])³. Waleczni Lechici jeszcze przed przyjęciem chrześcijaństwa dokonywali dzielnych czynów i „przez całą prawie Północ i aż do Cymbrii i Chersonezu nieśli zwycięskie znaki [*victricia signa*]”, Starovolscius 1613: [64]). Pochód polskich wojsk zawsze naznaczony był „zwycięstwami, trofeami i triumfami Polaków” (*Quamcunque enim temporum seriem consector, ubique Polonorum victorias, trophaea et triumphos cum admiratione intueor*; Starovolscius 1613: [66]). I dlatego, tłumaczy Starowolski,

„...jeśli dawni Arkadyjczycy mówili o sobie, że urodzili się pod Księżycem, my Sarmaci z pewnością [...] urodziliśmy się pod Marsem, jako że wcześniej umieliśmy prowadzić wojny, niż bajka o Marsie się narodziła, i wcześniej wypadło nam ujarzmić najpotężniejsze ludy, niż inni składali ofiary czy to Marsowi, czy sławie. Nam aż do dzisiaj nie jest ciężko, zapomniawszy o krwi, stać na straży, znosić upał, zimno i głód, wreszcie nawet śmierć ponieść dla zachowania religii katolickiej, dla bezpieczeństwa

2. Ostatnie zdanie jest cytatem z Horacego (Carm. 3,7, 12).

3. Cf. Publius Flavius Vegetius *De re militari*, 3, Prolog: *Si vis pacem para bellum*.

ojczyzny i dla osiągnięcia nieśmiertelnej sławy” [Starovolscius 1613: [75], przeł. A. Skolimowska].

Gdy Barclay wytyka Polakom, że są niecywilizowanymi wieśniakami, Opaliński ([1648] 1921:42-43), powołując się na autorytet Pliniusza, przypomina: „...ziemia nieraz cieszyła się [...] że orał ją pług uwieńczony laurami poety lub wodza-triumfatora” (*gaudente sapius terra (ut Plinius inquit) vomere laureato et triumphali agricola*)”.

W Rzeczypospolitej nikt nie wstydzi się zatem „prac gospodarskich” i „zając wiejskich”, przeciwnie – jest to powód do dumy, właśnie z powodu owych starożytnych antenatów. Ponadto, dzięki takiemu trybowi życia „wiele czasu poświęca się lekturze, obowiązkowi przyjaźni, czy odwiedzinom wzajemnym lub wreszcie życiu wolnemu od trosk i zgryzot” (Opaliński [1648] 1921: 43). Tu przydał się naszemu autorowi Seneka: „żaden tak skrupulatnie nie pielęgnuje dawnych obyczajów, jak ten, który opuściwszy mury miejskie, lubuje się polem”.

„Pod względem umysłu i ducha naród ten mało jest okrzesany” – kontynuuje autor *Icon animorum*. W tym miejscu Opaliński wytrąca przeciwnikowi broń z ręki w bardzo przewrotny sposób: „Zaiste jesteśmy dzicy, barbarzyńcy, okrutni, krótko mówiąc, podobni do Szkotów, których srogiego ducha [...] opisuje w tej samej książce Barklaj” (Opaliński [1648] 1921:44). Potem jednak spokojnie dowodzi (1921:45), że „srogości nam brak zupełnie [...] Pierwszym zajęciem najznakomitszej młodzieży jest rozrywka literacka i studia szkolne”. Tu w kontrargumentacji przydały się Opalińskiemu ([1648] 1921:46) autorytety mu współczesne: Lipsjusz, który dziwi się, że „Sarmacja [...] tak jest dziś ucywilizowana, że nawet [...] Hesperję przewyższa” oraz sam Erazm, który „mówi o nas, że literaturą, prawami, obyczajami i religią – wszystkim w ogóle, co wyróżnia z pośród barbarzyńskiej ohydy, możemy współzawodniczyć z pierwszymi i najbogatszymi narodami”.

Obracając wady Polaków w zalety (odpowiedź na zarzut braku „zaplecza turystycznego”: lepiej nie mieć łóżka niż spać w brudnym i niewygodnym, lepiej głodować niż narażać na zatrucie w przydrożnych karczmach) i wytykając obcym narodom najrozmaitsze grzechy, autor *Polonia defensa* stwierdza, że John Barclay „nagadał odważnie i lekkomyślnie, a nawet wyniośle i bezczelnie”, chcąc „wmówić w nas zbrodnie właściwe innym ludom” (Opaliński [1648] 1921: 68).

Autorzy zaprezentowanych tu tekstów politycznych posłużyli się tradycją klasyczną jako bronią w zwalczaniu nieprzychylnych Rzeczypospolitej, stereotypowych sądów. Wykorzystywali do tego celu język – łacinę – a wraz z nią cały arsenał odniesień do literatury antycznej, szczególnie łacińskiej, ale i greckiej, a także do mitologii. Odwoływali się wprost – lub czynili aluzje – do słynnych mówców, filozofów, poetów. Cytaty i przykłady z tradycji antycznej wykorzystali do wzmocnienia własnych poglądów, ponieważ odniesienia te posiadały walor autorytetu, były wyrazem dawnej mądrości, cnoty i powagi. Przykłady i cytaty antyczne przytaczane nie jako ozdoby stylistyczne czy popis erudycji, ale jako poważne argumenty, świadczą o zaufaniu, jakim darzono ówczesnie sumę doświadczeń i uogólnień starożytnych w dziedzinie wiedzy o państwie i społeczeństwie, moralistyce i filozofii.

Proza oratorska, obok epistolografii erudycyjnej, była tą dziedziną piśmiennictwa, w której najwcześniej zaczęto naśladować antyczny styl. Sposób, w jaki omawiani autorzy prowadzą wywód zwalczając przeciwnika ma swoje korzenie w klasycznej retoryce. Przytaczanie antycznych opinii oraz odwoływanie się do antycznych norm i urządzeń społecznych służyło zatem nie tylko wykazaniu ciągłości tradycji – przywołanie autorytetu starożytnych stanowiło najcięższą i najskuteczniejszą broń, jaką można było wytoczyć przeciwko wrogom Rzeczypospolitej. Autorytet starożytnych funkcjonował wówczas w świadomości społecznej jako ostateczny argument niepodlegający dyskusji, pełnił podobną rolę, jaką dziś jeszcze pełnią przysłowia w zdroworozsądkowym myśleniu potocznym.

Wszystkie zabiegi, do jakich odwołuje się Łukasz Opaliński i Szymon Starowolski zwalczając wrogów ojczyzny pełnią w efekcie funkcję skutecznej strategii polemicznej, a skomponowane przez nich teksty są wyrazem utylitarnej postawy do antycznej tradycji.

Bibliografia

Barclaius, Johannes (1668) *Icon animorum*. Francofurti et Marburgi. Ss. 88-100: cap. VIII: „Hungari, Poloni, Mosci, gentes reliquae ad septentrionem positae”.

Kot, Stanisław (1954) “Old International Insults and Praises”. *Harvard Slavonic Studies*, 2.

- Kot, Stanisław (1987) *Polska Złotego wieku a Europa*. Warszawa. PIW. Ss. 693-873.
- [Opalinius, Luca] (1648) *Polonia defensa contra Ioan. Barclaivm: vbi, occasione ista, de Regno Genteque Polona multa narrantur, hactenus litteris non tradita*. Dantisci.
- Opaliński, Łukasz (1921) *Obrona Polski*. K. Tyszkowski (przeł. i oprac.). Lwów-Warszawa. Książnica Polska T-WA Nauczycieli Szkół Wyższych.
- Starovolscius, Simon (1613) *Declamatio contra obtrectatores Poloniae*. Cracoviae.
- Starowolski, Szymon (2002) *De claris oratoribus Sarmatiae / O znakomitych mówcach Sarmacji*. E. J. Głębicka (przekład i edycja). Warszawa. Wydawnictwo IBL.
- Tazbir, Janusz (1986) „W cudzym i własnym zwierciadle”. W: *Szlaki kultury polskiej*. PIW. Warszawa.

Ancient tradition as an argument in the polemic with the enemies of the Polish-Lithuanian Commonwealth

The Polish seventeenth-century writers utilized the ancient tradition as a weapon to ward off the stereotyped opinions that were unfavourable to Poland, popularized, inter alia, by John Barclay's *Icon animorum*. Two works: *Declamatio contra obtrectatores Poloniae* (1631) by Szymon Starowolski and *Polonia defensa contra Joannem Barclaivm* (1648) by Łukasz Opaliński have been analyzed from this point of view. Both authors draw heavily on various types of references to the heritage of the Antiquity. Refuting the arguments of the „slanderers of Poland” they find counterarguments in the texts by Horace, Seneca, Cicero, Quintilianus, Plutarch, Lucanus, Tacitus, Ovid, Suetonius, and also in the ancient mythology. The analysis shows that the Old-Polish authors quoted ancient opinions and referred to the ancient norms and social institutions not only to demonstrate the continuity of tradition. Clearly, a reference to the authority of the Ancients was the heaviest and the most effective weapon that could be mustered against the enemies of the Polish-Lithuanian Commonwealth. The authority of the Ancients functioned at that time in the social consciousness as the ultimate undisputable argument; it played a role similar to that of today's proverbs in the popular consciousness.

Monika Kostro, Krystyna Wróblewska-Pawlak
Uniwersytet Warszawski

MIĘDZY KURTUAŻJĄ A DEPRECJACJĄ. FORMY ADRESATYWNE JAKO ŚRODEK RETORYCZNY W POLEMICZNYM DYSKURSIE POLITYCZNYM

Formy adresatywne należą do najważniejszych językowych wykładników społecznej relacji między uczestnikami interakcji. Dlatego też są często wykorzystywane przez polityków jako środek retoryczny nadający pozory grzeczności atakom *ad personam*, a jednocześnie służący konstruowaniu pozytywnego wizerunku polityka oraz negatywnego wizerunku jego politycznego przeciwnika. Wyrazistych przykładów wykorzystania takiej funkcji form adresu dostarcza polemiczny dyskurs polityczny, a zwłaszcza telewizyjne debaty wyborcze, które miały miejsce podczas ostatnich wyborów prezydenckich w Polsce (październik 2005) oraz we Francji (maj 2007). W przypadku debaty między Lechem Kaczyńskim i Donaldem Tuskiem kandydaci wykorzystują swoją wcześniejszą znajomość, używając nieformalnych form adresatywnych łagodzących polemiczne akty mowy. W debacie między Ségolène Royal i Nicolas Sarkozy'm kandydat-mężczyzna, za pomocą uprzejmych, ale nacechowanych płciowo form adresatywnych, buduje własny wizerunek dżentelmena, stygmatyzując jednocześnie swoją przeciwniczkę jako kobietę.

Formy adresatywne (FA) należą obok zwrotów grzecznościowych do najważniejszych środków językowych, za pomocą których uczestnicy interakcji negocjują łączącą ich relację (Kerbrat-Orecchioni 2005: 156-186). Z tego względu są one nierzadko wykorzystywane przez polityków jako środek retoryczny nadający pozory grzeczności atakom *ad personam* (Fracchiolla 2008: 503), a jednocześnie służący konstruowaniu pozytywnego wizerunku polityka oraz negatywnego wizerunku jego politycznego przeciwnika. Wyrazistych przykładów takiego użycia FA dostarcza polemiczny dyskurs polityczny, zwłaszcza telewizyjna debata prezydencka, wydarzenie medialne wyjątkowo istotne dla publicznego wizerunku polityków, które może przesądzić o wyniku wyborów.

Niniejszy artykuł poświęcony jest sposobom wykorzystania FA jako środka retorycznego w debatach prezydenckich w Polsce (2005 r.) i we Francji (2007 r.),

szczególnie interesujących ze względu na specyfikę relacji łączącej kandydatów na prezydenta. W dwóch przypadkach – debaty między Ségolène Royal i Nicolas Sarkozy’em oraz debaty między Henryką Bochniarz, Januszem Korwin-Mikkem i Jarosławem Kalinowskim – użycie FA jako środka retorycznego opiera się na wykorzystaniu asymetrii płciowej między kandydatami. W trzecim przypadku – debat między Lechem Kaczyńskim i Donaldem Tuskiem – wykorzystana została niejednoznaczność relacji łączącej obu polityków, którzy z dawnych sojuszników politycznych, zwracających się do siebie prywatnie po imieniu, stali się konkurentami w oficjalnej walce o urząd prezydenta.

W naszych rozważaniach przyjmujemy perspektywę badawczą analizy argumentacyjnej dyskursu, która sytuując się na przecięciu retoryki i pragmatyki, bada środki retoryczne, za pomocą których dyskurs oddziałuje na odbiorców, z uwzględnieniem kontekstu wypowiedzi. Przy czym kontekst rozumiany jest tu zarówno jako bezpośrednia sytuacja komunikacyjna, jak i uwarunkowania społeczno-historyczne wypowiedzi (Amossy 2000: VI-VII).

1. Medialna debata polityczna z punktu widzenia analizy argumentacyjnej dyskursu

Medialna debata polityczna, zwłaszcza debata prezydencka, należy do najważniejszych gatunków dyskursu politycznego, który w wąskim rozumieniu definiowany jest jako „teksty pisane i mówione tworzone przez polityków w otoczeniu instytucjonalnym” (Van Dijk 2003: 13-14). Z punktu widzenia interesującej nas problematyki najistotniejszą cechą tego typu debaty jest jej wymiar medialny, nadający jej charakter złożonej, wielopłaszczyznowej interakcji.

Jak zauważa C. Kerbrat-Orecchioni (1990: 91-95), dyskurs medialny, podobnie jak dyskurs teatralny, funkcjonuje na zasadzie tropu komunikacyjnego (*trope communicationnel*), polegającego na niebezpośrednim, bo zapośredniczonym przez osobę trzecią, zwróceniu się do właściwego odbiorcy wypowiedzi. Wypowiedź, pozornie skierowana do bezpośredniego partnera interakcji, w rzeczywistości adresowana jest do innego odbiorcy, będącego biernym uczestnikiem interakcji. Dla dyskutującego polityka jego polityczny konkurent oraz dziennikarz prowadzący debatę stanowią jedynie audytorium pozorne, podczas gdy audytorium rzeczywistym są widzowie (Reboul 2005: 149-150). Stawką debaty prezydenckiej nie jest przekonanie konkurenta o słuszności swoich poglądów, ale przekonanie widzów – potencjalnych wyborców – że jest się najlepszym

kandydatem na prezydenta. Jest to przykład dyskursu polemicznego, którego celem nie jest uzyskanie konsensusu, ale podważenie argumentów przeciwnika, a tym samym podważenie jego wiarygodności i pozycji (Charaudeau, Maingueneau 2002: 437-439).

Wielowarstwowy charakter audytorium debaty prezydenckiej nie pozostaje bez wpływu na dobór FA, za pomocą których dyskutujący politycy zwracają się do siebie. Repertuar stosowanych form jest wypadkową odmiennych funkcji, jakie mogą one pełnić w stosunku do wyróżnionych typów audytorium. W stosunku do odbiorcy pozornego FA mogą stanowić element strategii grzecznościowej łagodzącej polemiczne akty mowy, ale też użycie formy zaskakującej w danym kontekście może służyć zbitiu z tropu przeciwnika. W stosunku do widzów FA służą natomiast kreowaniu pozytywnego wizerunku polityka oraz manipulowaniu wizerunkiem jego przeciwnika.

Argumentacyjna analiza dyskursu określa wizerunek mówcy mianem etosu, odwołując się do arystotelesowskiego podziału środków retorycznych na logos (logiczne dowodzenie), patos (nastawienie, jakie mowa wzbudza w słuchaczach) oraz etos (charakter mówcy; Arystoteles *Retoryka*). Definiuje ona etos jako wizerunek własny mówcy konstruowany przez niego w jego wypowiedzi (Amossy 2000: 60). Obraz tworzony za pomocą dyskursu zależy przy tym od pozadyskursywnego wizerunku mówiącego – jego pozycji społeczno-zawodowej, reputacji, autorytetu. Mówiący będzie się bowiem starał wykorzystać i umocnić swój pozytywny społeczny wizerunek, usiłując jednocześnie skorygować jego ewentualne niekorzystne elementy (Amossy 2000: 69-72).

Z drugiej strony, dyskutujący polityk dokonuje niejako odwrotnego zabiegu w stosunku do wizerunku swojego konkurenta. Jak zauważa R. Amossy (2000: 129), do najczęściej stosowanych w dyskursie polemicznym strategii retorycznych należy *argumentum ad personam*, „argument natury osobistej” (Schopenhauer 2002: 120), wymierzony w wizerunek oponenta. Artur Schopenhauer (2002: 108) definiuje *argumentum ad personam* jako „atak osobisty”, przy którym „odchodzi się całkowicie od przedmiotu [sporu] i natarcie kieruje się na osobę przeciwnika”. Jest to w pewnym sensie odwrócenie argumentu z autorytetu, polegające na wykazaniu, że przeciwnik nie jest rozmówcą wiarygodnym, a co za tym idzie, jego argumenty również nie zasługują na zaufanie (Szymanek 2004: 53). Werbalny atak osobisty może przy tym dotyczyć różnorodnych cech przeciwnika – jego światopoglądu, zawodu, płci (Szymanek 2004: 51), jak również przybierać rozmaite formy – od subtelnej aluzji po grubiański atak (Budzyńska-Daca 2008: 74).

W argumentacji natury osobistej FA odgrywają podwójną rolę. Z jednej strony, stanowią subtelną odmianę *argumentum ad personam*, służąc podkreśleniu cechy dyskredytującej rozmówcę, na przykład płci w przypadku polityka-kobieity. Z drugiej strony, uprzejme FA, podobnie jak zwroty grzecznościowe, stosowane są w celu złagodzenia aktów o charakterze polemicznym, które mogłyby być odczytane jako atak na rozmówcę. *Argumentum ad personam* jest bowiem uważany za broń skuteczną, ale ryzykowną dla mówiącego, której użycie może zostać zinterpretowane nie tylko jako brak rzetelnych argumentów, ale także jako brak dobrego wychowania, a nawet przejaw agresji (Kochan 2007: 204).

2. Polski i francuski system adresatywny

Wybór form, za pomocą których polityk zwraca się do swojego przeciwnika, jest także uwarunkowany repertuarem dostępnych zwrotów, tworzących w każdym języku odrębny system. Zróżnicowane środki językowe, które się nań składają, określane są po polsku mianem *form (formuł) adresatywnych* oraz *formes* lub częściej *termes d'adresse* po francusku. C. Kerbrat-Orecchioni (1992: 15) definiuje FA jako „wyrażenia, którymi posługuje się mówiący, aby wskazać odbiorcę/odbiorców, do których się zwraca”. Autorka precyzuje jednak, że wyrażenia te pełnią nie tylko funkcję deiktyczną (*déictique*), ale również relacyjną (*relationnelle*), ustanawiając określony typ relacji społecznej między rozmówcami (Kerbrat-Orecchioni 2002: 31). Wyróżnia ona, za F. Braun, dwie główne klasy FA: zaimki adresatywne (*pronoms d'adresse*), czyli zaimki osobowe 2 os. TU i VOUS oraz rzeczowniki adresatywne (*noms d'adresse*), czyli apelatywy (*appellatifs*) – syntagmy rzeczownikowe, które mogą być użyte w funkcji wołaczowej (np. antroponymy, tytuły i nazwy zawodów, apelatywy typu MONSIEUR/MA-DAME). O ile zaimki 2 os. służą wskazywaniu adresata wypowiedzi (*allocutaire*), rzeczowniki mogą także wskazywać na mówiącego (*locuteur*) oraz na osobę trzecią, o której jest mowa (*délocuté*, zob. Kerbrat-Orecchioni 2002: 30). Dlatego też M. Łaziński (2006: 17 i 89), oprócz funkcji adresatywnej, wyodrębnia także funkcję referującą tych rzeczowników.

Bogactwo FA utrudnia ich jednoznaczny podział na klasy, a propozycje klasyfikacji dla różnych języków odzwierciedlają specyfikę poszczególnych systemów. E. Tomiczek (1983), wyróżniając w języku polskim podobne jak we francuskim klasy, tj. klasę form pronominalnych (pronomina TY, ON/ONA, WY, ONI) oraz klasę form nominalnych (I – imię, N – nazwisko, T – tytułatura),

podkreśla charakterystyczną dla polskiego systemu adresatywnego rozbudowaną kategorię tytułów, co wiąże się z brakiem w polszczyźnie uniwersalnej formy dystansu (Łaziński 2006: 137-139), jaką w języku francuskim jest zaimek VOUS. Według R. Browna i A. Gilmana (1960) większość systemów adresatywnych charakteryzuje bowiem opozycja zwrotów zaimkowych T/V, gdzie T (od łacińskiego zaimka TU) odpowiada zwrotowi bezpośredniemu, nieformalnemu, zaś V (od łacińskiego zaimka VOS) odpowiada zwrotowi wyrażającemu dystans. W przypadku języka polskiego mówi się raczej o opozycji T/P, gdzie T odpowiada zaimkowi TY, natomiast P obejmuje całą klasę rzeczowników zastępujących brakujący zaimek dystansu, takich jak KSIĄDZ, KOLEGA, MAMA, a przede wszystkim PAN/PANI (Pisarkowa 1979). Ta ostatnia forma, najbardziej neutralna i najczęściej używana, jest nawet nazywana substytutem zaimka (Stone 1981, Pisarkowa 1979: 7). Według M. Łazińskiego (2006: 15) powinno się mówić właściwie o dwóch odrębnych jednostkach homonimicznych, gdyż PAN/PANI to z jednej strony formy rzeczownikowe, mogące wystąpić w funkcji adresatywnej, z drugiej natomiast formy zaimkowe zastępujące zaimek dystansu 2 os. Stąd dwie możliwe pozycje FA w polskiej składni: syntaktycznie niezintegrowana (apelatyw w wołacz, np. *Ciociu, zrobiłaś świetny deser.*) oraz syntaktycznie zintegrowana (apelatyw z czasownikiem w 3 os., np. *Zrobiła ciocia świetny deser*, zob. Łaziński 2006: 17). Ponieważ użycie samej formy PAN/PANI w wołacz jest niezgodne ze współczesną etykietą językową (zwrot PANIE jest nacechowany środowiskowo), dla języka polskiego charakterystyczne są zwroty dwuczłonowe, składające się z jednego z substytutów zaimka 2 os. oraz fakultatywnego członu uzupełniającego: tytułu, imienia czy formy hipokorystycznej (Pisarkowa 1979: 7-8).

W języku francuskim, w którym występuje uniwersalny zaimek dystansu VOUS, zwroty dwuczłonowe nie są natomiast konieczne. Forma MONSIEUR/MADAME + TITRE (TYTUŁ) pojawia się rzadko nawet w środowisku akademickim (Zaręba 1981: 5), a forma MONSIEUR/MADAME + PRÉNOM (IMIĘ) jest używana w bardzo specyficznych kontekstach (Zaręba 1981: 2). Zwrot MONSIEUR/MADAME + NOM (NAZWISKO), choć nie zalecany przez podręczniki *savoir-vivre'u*, jest natomiast powszechnie używany w języku mówionym, zwłaszcza w miejscu pracy (Kerbrat-Orecchioni 1992: 53, Claudel 2004: 18).

Różnice między polskim i francuskim system adresatywnym są więc znaczne i nie można ich pominąć przy analizie funkcji pragmatycznej FA w konkretnych wypowiedziach.

3. Politycy czy mężczyzna i kobieta?

Telewizyjna debata kandydatów na prezydenta, szczególnie ta mająca miejsce przed drugą, ostateczną turą wyborów, jest bodaj najważniejszym momentem w całej kampanii wyborczej. Wtedy właśnie polityk, korzystając z pomocy specjalistów analizujących jego społeczny odbiór, może jeszcze skorygować swój wizerunek tak, aby pozyskać jak największą liczbę głosów. Z całą pewnością miało to miejsce w przypadku debaty prezydenckiej pomiędzy kandydatem UMP (Unia na rzecz Ruchu Ludowego) Nicolas Sarkozy’em a reprezentującą Partię Socjalistyczną Ségolène Royal przed drugą turą wyborów we Francji w 2007 r. Było to bowiem decydujące starcie nie tylko dwojga przeciwników politycznych, ale także – po raz pierwszy w walce o fotel prezydencki we Francji – kobiety i mężczyzny. W tej sytuacji kontynuowanie przez Nicolas Sarkozy’ego stylu komunikowania się ukazującego go jako człowieka zdecydowanego, autorytarnego, twardego, czyli uosabiającego cechy męskiego stereotypu – być może skuteczne w starciu dwóch rywali – w przypadku gdy przeciwnikiem była kobieta, nie mogłoby zostać dobrze przyjęte.

O konieczności ocieplenia wizerunku, a więc takiego sposobu komunikowania się i argumentowania, który zostałby dobrze przyjęty przez odbiorców i zarazem okazałby się skuteczny wobec kontrkandydatki, informowali Nicolas Sarkozy’ego w przeddzień debaty Pierre Giacometti, szef francuskiego instytutu badania opinii publicznej i jego doradca Claude Guénant. Przestrzegali przed przerywaniem rozmówczyni, zalecali spokój i okazywanie szacunku. Zachęcali do jak najczęstszego posługiwania się zaimkiem *my* (*nous*) oraz radzili przywoływanie konkretów i domaganie się tego samego od interlokutorki wskazując, iż Francuzi postrzegają Ségolène Royal jako osobę oderwaną od rzeczywistości (Reza 2007: 164-166). Że walka z przeciwnikiem, który jest kobietą, stanowi problem wymagający stosownego rozwiązania, uprzedzał wcześniej poseł UMP Dominique Paillé na łamach „Le Figaro” (Calvet 2008: 13). Jak się później okaże, Nicolas Sarkozy wyciągnął wnioski z tych zaleceń i wskazówek: w rozstrzygającej debacie zaatakował finezyjnie i perfidnie zarazem, a jego strategia - rozmawiania jak z kobietą, atakowania jak polityka - okazała się skuteczna, przynosząc mu wyborczą wygraną.

Z kolei Ségolène Royal znajdowała się od samego początku kampanii wyborczej w trudnym położeniu, ponieważ zarówno jej polityczni oponentci, jak i niektórzy dziennikarze odnosili się do niej i prezentowali ją przede

wszystkim poprzez pełnione przez nią role żony (partnerki) i matki, czyli jako polityka-kobietę.

Francuska telewizyjna debata prezydencka¹, która odbyła się 2 maja 2007 r., polegała na zadawaniu przez dziennikarzy obu płci tego samego pytania z wybranych dziedzin każdemu z kandydatów, przy czym politycy mieli się powstrzymywać od zadawania sobie pytań bezpośrednio, mogli natomiast sobie przerywać i włączać się z polemiką.

Charakter zdarzenia komunikacyjnego i rodzaj relacji społecznej związanej ze statusem rozmówców wymagał, zgodnie z regułami grzeczności, użycia form typu *pan, pani (vouvoiment)*, czyli zastosowania zaimka 2. os. l. mn. (VOUS) z czasownikami w 2. os. l. mn. Formą neutralną w funkcji wołacza, a więc służącą bezpośredniemu wskazywaniu rozmówcy jest użycie, w sytuacji zapośredniczonego komunikowania publicznego, formy IMIĘ + NAZWISKO i taki zwrot jako standardowy występował w wypowiedzeniach dziennikarzy. Jeśli chodzi o klasę pronominalną FA, to jak wynika to z analiz danych leksykometrycznych przeprowadzonych przez B. Fracchiollę (2008: 498), Nicolas Sarkozy, zgodnie z zaleceniami swoich ekspertów, częściej używał zaimka *my* – NOUS (por. tabela 1, poniżej), natomiast Ségolène Royal zaimka *ja* – JE oraz *oni/one* – ILS/ELLES, wielokrotnie podkreślając czego pragnie (*je veut*) dla nich, czyli dla Francuzów. Starła się w ten sposób poruszyć odbiorców, odwołując się do ich emocji, w przeciwieństwie do Nicolas Sarkozy'ego, który częściej używał stylu bezosobowego (z zaimkiem ON w funkcji podmiotu), jednocześnie bezpośrednio zwracając się do swojej interlokutorki (znaczną przewagą zaimka *pani* – VOUS.

Formy	JE	ON	NOUS	VOUS	ILS/ ELLES	Ceux/ celles
Nicolas Sarkozy	356	193	66	238	37	20
Ségolène Royal	432	55	57	198	65	20

Tabela 1. FA (formy pronominalne) i częstotliwość ich użycia w wypowiedziach NS i SR (na podstawie: Fracchiolla 2008: 498)

Znaczące różnice dotyczą także częstotliwości użycia i niesymetrycznego

1. Analiza FA została przeprowadzona na podstawie transkrypcji debaty udostępnionej przez „Le Nouvel Observateur”: <http://tempsreel.nouvelobs.com/file/262014.pdf>, uzupełnionej na podstawie własnego zapisu wideo.

wyboru nominalnych FA (apelatywów) przez oboje kandydatów na prezydenta, co syntetycznie ujmuje poniższa tabela:

Nicolas Sarkozy		Ségolène Royal	
FA	f	FA	f
MADAME	82	MONSIEUR	0
MADAME ROYAL	21	MONSIEUR SARKOZY	5
		MONSIEUR NICOLAS SARKOZY	1

Tabela 2. FA (apelatywy) i częstotliwość ich użycia (f) w wypowiedziach NS i SR

Porównanie repertuaru FA i ich częstotliwości w dyskursie Nicolas Sarkozy'ego i Ségolène Royal wskazuje, że kandydaci na prezydenta Francji zastosowali odmienne strategie komunikacyjno-grzecznościowe (nie wspominając o odmiennościach stylu dyskursywnego). Daje to podstawę do interpretacji użytych FA jako celowo stosowanych zabiegów językowych.

Nicolas Sarkozy, zwracając się do Ségolène Royal, używa zwrotu MADAME (aż 82 razy!) oraz MADAME + NAZWISKO (21 razy). Tymczasem jego kontrkandydatka ani razu nie zwraca się do niego przy użyciu analogicznej do MADAME, zgodnej z płcią adresata formy MONSIEUR, zaś zwrot MONSIEUR + (IMIĘ) + NAZWISKO pojawia się zaledwie 6 razy! Można by sądzić na pierwszy rzut oka, że wysoka częstotliwość apelatywu MADAME w dyskursie Nicolas Sarkozy'ego jest celowo stosowaną strategią, polegającą na wzmacnianiu efektu bycia grzecznym wobec interlokutora-kobiety oraz okazywaniu jej, właśnie przez użycie tej formy, szacunku. Tak jak dla przykładu, w pytaniu (FA w funkcji wołaczowej):

„Est-ce que je peux terminer, MADAME?”²

[Czy mogę skończyć proszę pani/MADAME?]

Pomijamy tu wymagającą odrębnego opracowania kwestię implikacji związanych z tłumaczeniem FA z języka francuskiego na język polski. Zasygnalizujemy jedynie, że powyżej cytowane zdanie można też przetłumaczyć jako: „Czy pozwoli Pani,

2. Część przykładów została zaprezentowana w referacie pt. „Panie Donaldzie, Monsieur Sarkozy... Formy adresatywne w polskim i francuskim dyskursie politycznym a wizerunek polityka” na konferencji z cyklu „Język trzeciego tysiąclecia” w Krakowie w marcu 2008 r. Tekst w druku.

że skończyć?” lub „Pozwoli mi Pani skończyć?”, co brzmiałoby zgrabniej. Nicolas Sarkozy nie mówi jednak „Me permettez-vous de terminer?” [Pozwoli mi Pani (gdyż adresatem jest kobieta) skończyć?] ani jeszcze grzeczniej: „Me permettez-vous de terminer, Madame?” [Pozwoli mi Pani skończyć?]. W tym ostatnim przypadku dodanie na początku lub na końcu zdania *proszę pani* byłoby niezgrabnym naddatkiem, ale to jest właśnie ta „strata” w tłumaczeniu i zarazem różnica systemowa. Co więcej, zdania o podobnej konstrukcji pojawiają się w debacie wielokrotnie. Włączywszy do analizy parametry para- i niewerbalne, można by to zdanie przetłumaczyć nawet jako „Proszę Pani, czy ja mógłbym skończyć?”. Na tym polega właśnie strategia dyskursywno-polemiczna Nicolas Sarkozy’ego i zastosowany przez niego chwyt retoryczny.

Podobnie interpretowane - jako zgodne z regułami grzeczności - mogłoby być użycie formy MADAME w stwierdzeniu włączającym rozmówcę w akt mowy, jak w poniższym przykładzie:

„Nous avons, MADAME, grâce au nucléaire, une indépendance sur l’électricité de la France à hauteur de la moitié.”

[Energia jądrowa, proszę pani/MADAME, zapewnia Francji niezależność energetyczną w zakresie elektryczności na poziomie 50 procent.]

Jednakże zwrot MADAME stosowany przez Nicolas Sarkozy’ego pojawia się głównie jako środek łagodzący w akcie deprecjacji, bezpośrednio godzącym w pozytywny wizerunek interlokutorki:

„MADAME, pardon de vous le dire, vous faites une erreur.”

[Proszę pani/MADAME, proszę wybaczyć, że to pani mówię, popełnia pani błąd.]

Forma ta towarzyszy wypowiedziom będącym bezpośrednio wyrażonymi aktami niezgody:

„Mais non, MADAME, ce n’est pas possible, MADAME. Excusez-moi. La fonction publique hospitalière est payée par un autre budget que le budget de l’Etat.”

[Ależ nie, proszę pani/MADAME, to niemożliwe, proszę pani/MADAME. Proszę wybaczyć. Pracownicy publicznej służby zdrowia są opłacani z innego budżetu niż budżet państwa.]

Wreszcie, forma ta użyta bywa w znacznym nagromadzeniu i jest powtarzana w sytuacji otwartego sporu w illokucyjnym akcie zaprzeczenia. Poniżej cytowany układ sekwencji dobrze oddaje odmienną strategię retoryczną obojga konkurentów, polegającą m.in. na zastosowaniu odmiennych form adresatywnych. Nicolas Sarkozy, mówiąc „Non, MADAME”, pozornie grzecznie zaprzecza (w replikach: (2), (4), (6), (7) – w sumie pięciokrotnie), a więc osłabia akt niezgody formą grzecznościową, ewentualnie podkreśla do kogo kieruje wypowiedź pozornie niewinnym finalnym MADAME w replice (2).

(1) SR: *Vous défendez le nucléaire, mais vous ignorez la part du nucléaire.*

[Broni pan energii jądrowej, ale nie wie pan, jaki jest udział energii jądrowej.]

(2) NS: *Non, MADAME. Non, non. Nous avons la moitié de notre électricité qui est d'origine nucléaire MADAME.*

[Nie, proszę pani/MADAME. Nie, nie. Połowa naszej elektryczności jest pochodzenia jądrowego proszę pani/MADAME.]

(3) SR : *Non, 17% seulement de l'électricité est d'origine nucléaire.*

[Nie, tylko 17 % elektryczności jest pochodzenia jądrowego.]

(4) NS: *Non, MADAME. Ce n'est pas exact.*

[Nie proszę pani/MADAME. To nie jest tak.]

(5) SR: *Tout cela se verra. Mais si, c'est ça.*

[To jest do sprawdzenia. Ależ oczywiście, że tak jest.]

(wchodzi w słowo) (6) NS: *Non, MADAME. Ce n'est pas exact. Non, MADAME. Ce n'est pas exact.*

[Nie, proszę pani/MADAME. To nie jest tak. Nie, proszę pani/MADAME. To nie jest tak.]

(7) NS: *Non MADAME, c'est un choix majeur. Attendez ! Continuons-nous le choix du nucléaire ou l'arrête-t-on?*

[Nie, proszę pani/MADAME, to jest bardzo istotny wybór. Chwileczkę! Będziemy kontynuować wykorzystywanie energii jądrowej czy zaprzestaniemy?]

To systematyczne obudowywanie aktów mowy zwrotem MADAME wskazuje,

iż Nicolas Sarkozy traktuje swoją rozmówczynię jak przeciwnika, a kurtuazja w gruncie rzeczy jest pozorna, ma łagodzić jego atak i budować wizerunek dżentelmena. Chodzi o to, że w języku francuskim odpowiedź *oui, madame/monsieur* czy *non, madame/monsieur* jest grzeczniejsza w przypadku relacji niesymetrycznej czy też dystansowej pomiędzy osobami, których nie łączy relacja na ty (Kerbrat-Orecchioni 1992: 52-53). Ponadto, jak zauważa B. Fracchiolla (2008: 503), wysoka częstotliwość apelatywu MADAME w wypowiedziach Nicolas Sarkozy'ego powoduje włączanie przeciwniczki do jego własnego dyskursu; po pierwsze z powodu etymologii stosowanej systematycznie formy (*ma-dame* znaczy *moja dama/pani*), po drugie poprzez nieustanne przypominanie odbiorcom płci kandydatki.

Podobnie funkcja pragmatyczna formy MADAME + NAZWISKO użyta jak w poniższym przykładzie:

„MADAME ROYAL, si vous permettez, si vous permettez de répondre.”

*[*Pani Royal/MADAME ROYAL, pani pozwoli, pozwoli pani, że odpowiem.]*

nie sprowadza się do wyrażenia grzeczności i skrócenia dystansu. Nicolas Sarkozy włącza ją w akty mowy o efekcie deprecjonującym (Majewska 2005: 38-39). Jest to często stosowany przez niego zabieg, polegający na przerzuceniu perspektywy rozmowy z płaszczyzny treści (różnice programowe) na płaszczyzną relacji interpersonalnej (cechy interlokutorki), co pozwala mu na przyjęcie postawy pouczającej wobec rozmówczyni, a więc dominowanie w interakcji:

„(...) Le but d'un jeune qui commence dans la vie, ce n'est pas simplement d'avoir une HLM, mais d'être propriétaire de son logement. Il faut de l'ambition, MADAME ROYAL, l'ambition c'est de faire de la France une France des propriétaires.”

*[Celem wchodzącego w życie młodego człowieka nie jest po prostu posiadanie mieszkania komunalnego, ale zostanie jego właścicielem. Trzeba mieć ambicję, *pani Royal/MADAME ROYAL, a ambicją jest uczynienie Francji krajem właścicieli.]*

Należy przy tym przypomnieć, że również użycie formy MADAME + NAZWISKO jest w dyskursie Nicolas Sarkozy'ego niesymetryczne, ponieważ Ségolène Royal „po męsku”, bez zbędnych uprzejmości, konsekwentnie stosuje – jak nazywa to Kerbrat-Orecchioni (1992: 55) – wypowiedzenia z apelatywem zerowym.

Wysoką frekwencję form MADAME oraz MADAME ROYAL w wypowiedziach Nicolas Sarkozy'ego można interpretować jako zabieg świadomie wyzyskany w celu zmiany autowizerunku pozadyskursywnego sprzed debaty. Kandydat na prezydenta był świadomy, iż jest postrzegany jako polityk agresywny werbalnie. Za pomocą form adresatywnych MADAME i MADAME ROYAL starał się więc złagodzić ten wizerunek i pokazać, że jest politykiem uprzejmym, szarmanckim mężczyzną odnoszącym się z należną płci pięknej rewerencją, spójnie wyzyskując przy tym środki niewerbalne. Jednocześnie zaś tym chwytem retorycznym stygmatyzował swoją rozmówczynię jako kobietę, wykorzystując funkcjonujący społecznie stereotyp słabej płci jako nie nadającej się do polityki. Warto przy tym wspomnieć, że inny pretendent do najwyższego stanowiska w państwie – François Bayrou, w debacie z Ségolène Royal, nie stosował tych form adresatywnych, co przy podobnej strategii jego rozmówczyni stwarzało całkowicie symetryczną relację interpersonalną, partnerskie traktowanie się wzajemne interlokutorów. W komunikowaniu publicznym (telewizja, prasa), jak podkreśla nie bez racji M. Yaguello (2002: 222-223), kobieta jest definiowana jako kobieta, co wyraża się użyciem formy MADAME, gdy w przypadku mężczyzny posiadającego ten sam status, forma MONSIEUR jest pomijana. Tak więc, mimo iż relacja między uczestnikami zdarzenia językowego jest prototypowo symetryczna, to przy pomocy zabiegu językowego, jakimi są FA, jeden z jego uczestników $\neg\neg$ -mężczyzna - relację partnerstwa notorycznie narusza, a mechanizmem umniejszającym staje się pozornie grzeczniejsza forma MADAME i zmniejszająca dystans MADAME ROYAL.

Nicolas Sarkozy polemizuje i atakuje Ségolène Royal, prezentując cechy męskiego stereotypu, gdy wykazuje, że jest politykiem z charakterem, umiejącym trzymać nerwy na wodzy. Doprowadza w końcu swoją przeciwniczkę do irytacji, bezbłędnie wyzyskując ten moment, aby w delokutywnym wyrażeniu udzielić reprimendy:

„Parce que franchement, pour être président de la République il faut être calme.”

[Ponieważ szczerze mówiąc, aby być prezydentem Republiki trzeba umieć zachować spokój.]

i użyć (z miną niewiniątka zresztą) adresowanej do widzów, gdyż zawierającej formę MADAME ROYAL w funkcji referującej, repliki:

„Je ne sais pas pourquoi MADAME ROYAL s'énervé...”

[Nie wiem dlaczego pani Royal się denerwuje...]

Bezpośrednio po tej wypowiedzi, a więc w reaktywnej, niejako automatycznej replice, Ségolène Royal użyje odpowiednio ekwiwalentnej formy:

„Je ne m'énervé pas MONSIEUR SARKOZY.”

*[„Ja się nie denerwuję, *panie Sarkozy/MONSIEUR SARKOZY].*

Jest to ewidentnie reakcja obronna, wzmocniona dystansującą FA, służącą ratowaniu wizerunku polityka z charakterem, po wywołaniu przez interlokutora emocjonalnej reakcji.

Brak apelatywów w dyskursie Ségolène Royal i wybór formy VOUS w sygnalizowaniu odniesienia do rozmówcy są oznaką chęci ustanowienia równego i neutralnego statusu między uczestnikami zdarzenia komunikacyjnego. Kandydatka na prezydenta konsekwentnie (choć bezskutecznie) chce być traktowana jak partner w dialogu, czyli jak polityk, a nie jak kobieta. Pokazuje tym samym siebie jako konkurentkę nieustępliwą i walczącą, starając się zbudować w ten m.in. sposób autowizerunek przywódcy. Użycie formy MONSIEUR, zwłaszcza w funkcji grzecznościowej, oraz MONSIEUR + NAZWISKO, w odpowiedzi na stosowane przez przeciwnika formy, równałoby się przyjęciu narzuconej przez partnera interakcji relacji i strategii komunikacyjnej. Na pokazanie się jako uległa i słabsza, a więc przejawiająca cechy przypisane stereotypowi kobiety, Ségolène Royal nie mogła sobie pozwolić.

Polskie formy adresatywne

Podczas polskiej kampanii prezydenckiej w 2005 r. strategię retoryczną polegającą na stosowaniu nacechowanych płciowo FA przyjął Janusz Korwin-Mikke w debacie z Henryką Bochniarz oraz Jarosławem Kalinowskim (TVP 1, 5.10.2005)³. Strategia ta była tym widoczniejsza, że polityk zwracał się w wyrażnie asymetryczny sposób do przeciwnika-kobiety i przeciwnika-mężczyzny.

Zgodnie z zasadami polskiej etykiety językowej, zwracając się do osób pełniących ważne funkcje publiczne lub mówiąc o tych osobach, należy używać

.....
3. Analiza wszystkich polskich debat prezydenckich opiera się na własnej transkrypcji wypowiedzi na podstawie nagrań wideo dostępnych na stronie www.itvp.pl.

przysługujących im tytułów funkcyjnych (Marcjanik 2007: 45). Tak zwraca się do zaproszonych polityków prowadzący debatę Kamil Durczok (*Pani Prezes* – do H. Bochniarz, *Panie Prezesie* – do J. Korwin-Mikkego oraz *Panie Przewodniczący* do J. Kalinowskiego), tak też zwracają się do J. Kalinowskiego H. Bochniarz i J. Korwin-Mikke. Natomiast w interakcjach między sobą oboje politycy, którzy są głównymi konkurentami w tej debacie, nie używają ani razu obowiązującej w dyskursie publicznym formy PAN/PANI + TYTUŁ, co może być odczytane jako akt deprecjacji poprzez pozbawienie tytułu (Łaziński 2006: 91-92).

Henryka Bochniarz używa w stosunku do swojego konkurenta po jednym razie neutralnej formy PAN w funkcji adresatywnej oraz formy PAN + IMIĘ + NAZWISKO w funkcji referującej. Ta ostatnia forma ze względu na polemiczny kontekst, w którym się pojawia, wydaje się mieć zamierzoną wartość deprecjonującą, zwłaszcza w kontraście do poprawnej grzecznościowo formy PAN + TYTUŁ użytej w tym samym zdaniu w stosunku do Kamila Durczoka: „Ja nie będę się odnosiła, PANIE REDAKTORZE, do egzotycznych pomysłów PANA JANUSZA KORWINA-MIKKE, bo już się dawno do nich przyzwyczailiśmy.”

Jej polityczny przeciwnik pozornie używa analogicznych form: PANI (3 razy) oraz PROSZĘ PANI (jeden raz) w funkcji adresatywnej oraz PANI + NAZWISKO (3 razy) w funkcji referującej, ale jego strategia deprecjacyjna polega nie tylko na pozbawieniu kontrkandydatki tytułu funkcyjnego, ale również na zastosowaniu żeńskiej formy nazwiska BOCHNIARZOWA⁴:

K.D. do J. K.-M.: (...) Na jaki wynik PAN liczy w tym roku?

J. K.-M.: Trudno mi powiedzieć, yyy... ważne jest, że rośnie [poparcie wyborców], bo do tej pory to OBOP na zlecenie telewizji podał naszej partii 0,3 %, co było oczywistym kłamstwem, co będzie oczywiście przyczyną procesu w sądzie. Natomiast w tej chwili już mam dziesięć razy wyższe niż PANI BOCHNIARZOWA, co jest o tyle optymistyczne, że...

H. B.: Ciekawe, skąd PAN to wie ?

J. K.-M.: Dzisiejsze sondaże, PROSZĘ PANI, dzisiejsze właśnie. Co jest o tyle optymistyczne, że włożone pieniądze i 80 razy więcej czasu w telewizji, które miała PANI BOCHNIARZOWA, no okazuje się, że to jednak nie decyduje, tylko ludzie jednak, trochę jednak myślą.

4. Należy dodać, że Janusz Korwin-Mikke konsekwentnie używa sufiksów żeńskich przy tytułach i nazwiskach, nawet w przypadku nazwisk zagranicznych, np. Małgorzata Thatcherowa (Łaziński 2006: 277).

Otóż we współczesnym języku polskim, poza pewnymi środowiskami, np. akademickim, obserwuje się zanik żeńskich końcówek nazwisk, takich jak -owa/-ówna czy -ina/-anka, który językoznawcy wiążą z ich dzierżawczym charakterem. Formy te noszą bowiem „znamiona męskiej posesywności” (Handke 2008: 153-154), określając kobietę w stosunku do mężczyzny-„właściciela” i wskazując dodatkowo jej stan cywilny (Jadacka 2007: 130). Podobnie więc jak zwrot MADAME + (NAZWISKO) w przypadku debaty francuskiej forma BOCHNIARZOWA jest subtelnym atakiem *ad personam*, który podważa wiarygodność kandydatki na prezydenta, przesuwając akcent z jej publicznej roli polityka, w której występuje w kampanii prezydenckiej, na prywatną rolę żony swojego męża.

Jednocześnie, od samego początku debaty, Janusz Korwin-Mikke przestrzega w stosunku do swojej przeciwniczki zasad polskiej kurtuazji wobec kobiet (Marcjanik 2009: 18) – całuje w dłoń na powitanie (J. Kalinowski wita się z H. Bochniarz neutralnym uściskiem dłoni) oraz udziela pierwszeństwa w zabraniu głosu, gdy oboje zaczynają równocześnie odpowiadać na pytanie dziennikarza („To znaczy... Pani chciała? Proszę uprzejmie”). Polityk buduje w ten sposób swój wizerunek dżentelmena i konserwatywnego polityka przywiązanego do przedwojennej tradycji (Łaziński 2006: 277), podkreślając jednocześnie, że Henryka Bochniarz jest przede wszystkim kobietą.

Strategia ta ukazuje w pełni całą swoją przewrotność w świetle pierwszej sekwencji debaty, dotyczącej niskiego poparcia uzyskanego przez oboje kandydatów. Gdy Kamil Durczok, komentując niskie wyniki Henryki Bochniarz w sondażach przedwyborczych, pyta kandydatkę: „Pani popełniła błędy czy też Polacy nie chcą jeszcze kobiety prezydenta?”, Janusz Korwin-Mikke wtrąca: „Nie...to, to chyba nie chodzi o bycie kobietą”.

4. Politycy czy dobrzy znajomi?

Równie interesujące strategie użycia FA jako środka retorycznego można było zaobserwować podczas dwóch debat prezydenckich między Lechem Każyńskim i Donaldem Tuskiem, które miały miejsce przed pierwszą turą wyborów 7 października oraz przed drugą turą 21 października 2005 r.

Sposób publicznego zwracania się do siebie obu polityków od samego początku kampanii zasługiwał na uwagę. Kandydaci, znający się jeszcze z czasów Solidarności i prywatnie mówiący sobie po imieniu, stopniowo zwiększali

dystans w swoich publicznych interakcjach, przechodząc (niesymetrycznie zresztą) od relacji na *ty* do relacji na *pan*. Według M. Łazińskiego (2006: 93) ewolucję stylu konwersacyjnego obu polityków można interpretować w dwojaki sposób – albo jako dostosowanie się do reguł komunikacji obowiązujących w kontaktach oficjalnych, albo jako wyraz ochłodzenia wzajemnych relacji, a nawet wrogości. Najbardziej prawdopodobną tezę „grzecznego dystansu” poddają bowiem w wątpliwość wypowiedzi samych kandydatów, jak choćby ta skierowana przez Lecha Kaczyńskiego do Donalda Tuska podczas debaty w „Gazecie Wyborczej”: „Ty zaczynasz mówić « per pan », jak się robisz nieprzyjemny” (Łaziński 2006: 93). Wydaje się, że można zaryzykować trzecią tezę – umiejętne żonglowanie oficjalnymi i nieoficjalnymi formami adresu to także zabieg retoryczny służący modulowaniu tonu interakcji oraz kształtowaniu wizerunku kandydatów. Podczas debat telewizyjnych FA wielokrotnie użyte są w tej właśnie funkcji.

Obie debaty różniły się od siebie strukturą interakcji. Podczas pierwszej kandydaci odpowiadali wyłącznie na pytania dziennikarzy, ale w trakcie odpowiedzi mogli ze sobą polemizować. Podczas drugiej pytania zadawali zarówno dziennikarze, jak i kandydaci sobie nawzajem, mając prawo do riposty na odpowiedź przeciwnika. Scenariusz drugiej debaty dawał więc politykom więcej okazji do bezpośredniego zwracania się do siebie, co przełożyło się na większą liczbę użytych FA (por. tabele 3 i 4, poniżej). Oba przedwyborcze pojedynki różnił również ogólny ton wypowiedzi polityków – ofensywny i polemiczny podczas pierwszego spotkania, wyważony podczas drugiego.

Podobnie jak w przypadku interakcji między Henryką Bochniarz i Januszem Korwin-Mikkem zalecana przez etykietę językową forma PAN + TYTUŁ pojawia się najrzadziej w wypowiedziach kandydatów. Podczas pierwszej debaty tylko Donald Tusk używa po jednym razie form PANIE PREZYDENCIE oraz PANIE PREZYDENCIE WARSZAWY. W trakcie drugiego spotkania to z kolei Lech Kaczyński zwraca się raz do Donalda Tuska, używając oficjalnej formy PANIE MARSZAŁKU. Zwrotem zdecydowanie dominującym w wypowiedziach obu polityków pozostaje neutralna forma PAN, występująca w pozycji syntaktycznie zintegrowanej z czasownikiem w 3 os. l.p. lub użyta w funkcji wołacza analitycznego PROSZĘ PANA w replikach Lecha Kaczyńskiego. Kandydaci używają również formy pośredniej między PAN i TY, czyli zwrotu PAN + IMIĘ w wołachu (PANIE DONALDZIE, PANIE LECHU), a podczas pierwszej debaty prezydenckiej Donald Tusk posługuje się także hipokorystyczną formą imienia swojego konkurenta PANIE LESZKU. W trakcie tej samej debaty pada też zwrot

DROGI DONALDZIE. Częstotliwość użycia wymienionych form przedstawiają tabele 3 i 4.

Lech Kaczyński		Donald Tusk	
FA	f	FA	f
PAN (pozycja zintegrowana)	38	PAN (pozycja zintegrowana)	27
PROSZĘ PANA	1		
		PANIE PREZYDENCIE	1
		PANIE PREZYDENCIE WARSZAWY	1
PANIE DONALDZIE	6	PANIE LECHU	3
PANIE... (FA niedokończona)	1	PANIE LESZKU	4
DROGI DONALDZIE	1		

Tabela 3. FA (apelatywy) i częstotliwość ich użycia (f) w wypowiedziach LK i DT podczas pierwszej debaty prezydenckiej 7.10.2005 r.

Lech Kaczyński		Donald Tusk	
FA	f	FA	f
PAN (pozycja zintegrowana)	47	PAN (pozycja zintegrowana)	44
PROSZĘ PANA	3		
PANIE MARSZAŁKU	1		
PANIE DONALDZIE	3	PANIE LECHU	4

Tabela 4. FA (apelatywy) i częstotliwość ich użycia (f) w wypowiedziach LK i DT podczas drugiej debaty prezydenckiej 21.10.2007 r.

Przewaga neutralnego zwrotu PAN w replikach Lecha Kaczyńskiego i Donalda Tuska nie jest przypadkowa. Forma ta odgrywa ważną rolę w konstruowaniu wizerunku obu kandydatów właśnie dzięki swojej neutralności. W przeciwieństwie do tytułów funkcyjnych ustanawia bowiem relację symetryczną między politykami, sugerując, że podczas kampanii prezydenckiej występują oni w roli równorzędnych kandydatów na prezydenta niezależnie od pełnionych publicznie funkcji. Jest ona szczególnie korzystna dla Donalda Tuska, któremu pozwala uniknąć niezręcznego w kontekście debaty przedwyborczej zwrotu PANIE PREZYDENCIE, należnego Lechowi Kaczyńskiemu jako Prezydentowi Warszawy. Kiedy kandydat PO używa tej ostatniej formy podczas debaty 7 października, czyni to nie z chęci okazania szacunku swojemu konkurentowi, ale aby podkreślić jego

odpowiedzialność za nieprawidłowości, jakie miały miejsce w Urzędzie Miasta: „Nie jest, PANIE PREZYDENCIE WARSZAWY, autokomplementem, to nie jest żadne tłumaczenie, jeśli Pan mówi, że dzieją się rzeczy w pańskim urzędzie, o których Pan nie ma pojęcia.”

Druga pod względem częstotliwości użycia forma (PAN) + IMIĘ, możliwa dzięki wspólnemu solidarnościowemu rodowodowi obu kandydatów, jest bardziej złożonym środkiem retorycznym. Obaj politycy stosują ją najczęściej w celu złagodzenia replik godzących w pozytywny wizerunek rozmówcy, jak poniższe akty pouczenia i reprimendy, podważające wiarygodność kontrkandydata poprzez zarzut składania nierealnych obietnic (1) oraz agresji werbalnej (2).

(1) DT: „Przestrzegalbym PANIE LESZKU przed dawaniem Polakom obietnicy, że PAN jako Prezydent zbuduje 3 miliony mieszkań.” (7.10.2005)

(2) LK: „Ja bym prosił, żeby PAN nie używał tych przymiotników, PANIE DONALDZIE. Naprawdę PAN we wszystkich dyskusjach wykazuje straszną skłonność do używania różnego rodzaju zwrotów pejoratywnych.” (7.10.2005)

FA użytym w powyższej funkcji mogą przy tym towarzyszyć dodatkowe językowe wykładniki grzeczności, jak to ma miejsce w przypadku uprzejmego z pozoru zwrotu DROGI DONALDZIE, który pada w krytycznym momencie pierwszej debaty. Kiedy na kilka dni przed telewizyjnym pojedynkiem obu polityków Donald Tusk zarzuca Prezydentowi Warszawy ograniczenie subwencji dla warszawskich hospicjów, ten oskarża go o wykorzystywanie dramatu nieuleczalnie chorych w celach politycznych. Podczas debaty kandydat PiS wręcza swojemu, jak się wyraża, „szacownemu kontrkandydatowi” list protestacyjny pięciu hospicjów, czemu towarzyszą wypowiedziane protekcjonalnym tonem słowa reprimendy: „Ja mam nadzieję, DROGI DONALDZIE, że to się już nie powtórzy.”

Podobny zabieg stosuje Donald Tusk w replice, która pada podczas tej samej debaty w rozmowie na temat reformy służby zdrowia: „(...) oddając szacunek Panu Lechowi Kaczyńskiemu i Panu Jarosławowi Kaczyńskiemu, to, PANIE LECHU, muszę powiedzieć, że wolę, aby zdrowie Polaków było w rękach fachowca, a nie w rękach nawet najbardziej zdolnych polityków, nawet jeśli nazywają się BRACIA KACZYŃSCY”. Wypowiedź ta, pozornie wyrażająca szacunek wobec liderów PiS, jest w istocie argumentem ad personam, gdyż podkreślenie więzów rodzinnych między oboma politykami zawiera ukrytą sugestię, że objęcie

urzędu prezydenta przez Lecha Kaczyńskiego niesie ze sobą ryzyko monopolu władzy. Jest to przykład pozornej, a w rzeczywistości dystansującej rozmówców uprzejmości, która uważana jest za cechę charakterystyczną polskiego dyskursu politycznego, zwłaszcza parlamentarnego (Marcjanik 2007: 111-112; Kowalski 2001: 85-91).

Z drugiej strony, formy PAN + (zdrobniałe) IMIĘ stosowane są w replikach o charakterze ugodowym i/lub żartobliwym, służąc chwilowemu ociepleniu napiętej relacji między kandydatami na prezydenta. Przykładem takiego użycia FA jest dowcipna reakcja Donalda Tuska na stwierdzenie dziennikarza, że obaj politycy są określani w prasie jako „patologicznie nieprzyjaźni Rosji”: „W jednej sprawie jesteśmy równocześnie patologiczni, PANIE LESZKU, więc nie jest tak źle.” (7.10.2005) Zabieg zmniejszania dystansu między rozmówcami za pomocą pozornie serdecznych FA użytych w żartobliwych aktach mowy, pojawia się zwłaszcza w wypowiedziach Donalda Tuska, którego Lech Kaczyński stara się przedstawić jako rozmówcę agresywnego. Próba ocieplenia relacji między oboma politykami jest więc ze strony kandydata PO także próbą ocieplenia własnego wizerunku, wpisując się jednocześnie w jego ugodowy sposób uprawiania polityki, przeciwstawiany konfrontacyjnemu stylowi Lecha Kaczyńskiego.⁵

Jak pokazują przedstawione w artykule przykłady, pomimo różnic między francuskim i polskim systemem adresatywnym, we wszystkich analizowanych debatach formy adresatywne pełnią podobną funkcję pragmatyczną. Zarówno francuscy jak i polscy politycy wykorzystują je jako środek retoryczny służący subtelnej deprecjacji przeciwnika, zawoalowanej pod pozorami kurtuazji.

5. Strategia manipulowania FA w celach retorycznych osiągnęła apogeum w debacie między Donaldem Tuskiem i Jarosławem Kaczyńskim przed wyborami parlamentarnymi w 2007 r. (TVP, 12.10.07). Podczas gdy Tusk, zgodnie z zasadami grzeczności, zwraca się do ówczesnego szefa rządu za pomocą formy PANIE PREMIERZE, ten stosuje wobec swojego rozmówcy zabieg deprecjacji poprzez pozbawienie tytułu (Łaziński 2006: 91), używając nieoficjalnej formy PANIE DONALDZIE. Lider PO dowcipnie puentuje tę strategię: „Cieszę się, że ociepla PAN PREZES nasze relacje, DROGI PANIE JAROSŁAWIE”, po czym następuje seria replik obu kandydatów z formami PAN + IMIĘ. Wreszcie, gdy Jarosław Kaczyński, wahając się, jak sformułować pytanie, robi pauzę po początkowym „PANIE...”, Donald Tusk celnie wykorzystuje ten moment, aby śmiechem przełamać sztywną konwencję debaty. Jego reakcja zbija z tropu premiera, który pyta: „No chyba nie mam zdrabniać, prawda? Bo nie bardzo wiem jak”. Obaj politycy prześcigają się następnie w zdrobnieniach swoich imion, aż wreszcie pada słynna replika: „Mów mi DONEK”. Donaldowi Tuskowi udaje się ośmieszyć strategię deprecjacyjną swojego przeciwnika, który jednocześnie traci czas na zadanie pytania (dziennikarka pozwala mu jednak je dokończyć).

Bibliografia

- Amossy, Ruth (2000) *L'argumentation dans le discours*. Paris. Nathan.
- Arystoteles (wyd. 1988) *Retoryka. Poetyka*. Warszawa. WN PWN.
- Brown, Roger i Albert Gilman (1960) „The Pronouns of Power and Solidarity”.
- W: T.A. Sebeok (pod red.) *Style in Language*. Cambridge Massachusetts. MIT Press. Ss. 253-276.
- Budzyńska-Daca, Agnieszka (2008) „Sztuka argumentacji”. W: M. Barłowska,
- A. Budzyńska-Daca i P. Wilczek (pod red.) *Retoryka*. Warszawa. WN PWN. Ss. 57-76.
- Calvet, Louis-Jean (2008) *Les mots de Nicolas Sarkozy*. Paris. Le Seuil.
- Charaudeau, Patrick i Dominique Maingueneau (pod red.) (2002) *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris. Le Seuil.
- Claudel, Chantal (2004) „De l'utilisation du système d'adresse dans l'interview de presse écrite française”. *Langage et société*, 108, ss. 11-25.
- Dijk (Van), Teun A. (2003) „Dyskurs polityczny i ideologia”. *Etnolingwistyka*, 15, ss. 6-28.
- Fracchiolla, Béatrice (2008) „L'attaque courtoise: de l'usage de la politesse comme stratégie d'agression dans le débat Royal-Sarkozy du 2 mai 2007”. W: S. Heiden i B. Pincemin (pod red.) *JADT 2008 : Actes des 9es Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles*. Lyon. PUL. Ss. 495-507.
- Handke, Kwiryna (2008) *Socjologia języka*. Warszawa, WN PWN.
- Jadacka, Hanna (2007) *Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia*. Warszawa, WN PWN.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1990-1992) *Les interactions verbales*. Paris. Armand Colin. T. 1-2.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2002) „Termes d'adresse”. W: P. Charaudeau i D. Maingueneau (pod red.) *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris. Le Seuil. Ss. 30-32.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2005) *Le discours en interaction*. Paris. Armand Colin.
- Kochan, Marek (2007) *Pojedynek na słowa. Techniki erystyczne w publicznych sporach*. Kraków. Znak.
- Kowalski, Sergiusz (2001) „O sejmowej antyetykice”. W: J. Bralczyk i K. Mosiołek-Kłosińska (pod red.) *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*. Warszawa. Rada Języka Polskiego. Ss. 85-91.
- Łaziński, Marek (2006) *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytułowe i ich asymetria rodzajowo-płciowa*. Warszawa. WN PWN.
- Majewska, Małgorzata (2005) *Akty deprecjonujące siebie i innych. Studium pragmatolingwistyczne*. Kraków. Universitas.
- Marcjanik, Małgorzata (2007) *Grzeczność w komunikacji językowej*. Warszawa. WN PWN.
- Marcjanik, Małgorzata (2009) *Mówimy uprzejmie. Poradnik językowego savoir-vivre'u*. Warszawa, WN PWN.
- Pisarkowa, Krystyna (1979) „Jak się tytułujemy i zwracamy do drugich”. *Język Polski*, LIX, ss. 5-17.
- Reboul, Olivier (2005) *Introduction à la rhétorique*. Paris. PUF.
- Reza, Yasmina (2007) *L'aube, le soir ou la nuit*. Paris. Flammarion.

Schopenhauer, Artur (2002), *Erytyka, czyli sztuka prowadzenia sporów*. Warszawa. Alma-Press.

Stone, Gerald (1981) „W sprawie charakterystyki gramatycznej wyrazów pan, pani, państwo”. *Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej*, 20, ss. 39-43.

Szymanek, Krzysztof (2004) *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*. Warszawa. WN PWN.

Tomiczek, Eugeniusz (1983) *System adresatywny współczesnego języka polskiego i niemieckiego. Socjolingwistyczne studium konfrontatywne*. Wrocław. Wyd. Uniw. Wrocławskiego.

Yaguello, Marina (2002) *Les mots et les femmes*. Paris. Payot.

Zaręba, Leon (1981) „Formy zwracania się do osób drugich w języku polskim i francuskim”. *Język Polski*, LXI, ss. 1-12.

Between courtesy and depreciation. The forms of address as a rhetorical means in political polemical discourse

The forms of address figure among the most important linguistic markers indicating the type of social relationship between the participants of interaction. Therefore, they are often used by politicians as a rhetorical means whose function is to dissimulate *ad personam* attacks by apparent politeness and, at the same time, to create a positive image of the speaker as well as a negative image of his political opponent. The polemical political discourse, especially the last television presidential debates in Poland (October 2005) and in France (May 2007), provides interesting examples of the use of this pragmatic function of the forms of address. In the case of the debate between Lech Kaczyński and Donald Tusk, candidates make use of their former relationship and utilize informal forms of address as softeners minimizing polemical speech acts. As regards the debate between Ségolène Royal and Nicolas Sarkozy, the male candidate uses polite but gender-marked forms of address in order to create his own image of a courteous man and, at the same time, to stigmatize his female adversary.

Agnieszka Kampka

Wydział Nauk Humanistycznych SGGW, Warszawa

JESTEŚMY Z INNEGO PODWÓRKA – POLITYCZNI PRZECIWNICY O SOBIE NAWZAJEM

Artykuł próbuje odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób politycy mówią o swoich przeciwnikach. W analizowanych wywiadach prasowych polskich premierów wskazać można kilka głównych zarzutów stawianych politycznym przeciwnikom: hipokryzję, słabość charakteru, lekceważenie demokratycznych zasad. Politycy często posługują się retorycznymi zabiegami takimi jak metafora czy ironia. Artykuł pokazuje możliwe konwencje takiego sposobu mówienia, jak na przykład bierność i zniechęcenie obywateli, defekty debaty publicznej oraz osłabienie demokracji.

Michał Głowiński (1999: 63) zauważył kiedyś, że ze sposobu, w jaki politycy mówią o swoich wrogach, niewiele dowiadujemy się o wrogach, ale dużo o tym, kto o nich mówi. Uwaga ta niewątpliwie była prawdziwa w odniesieniu do kampanii propagandowych prowadzonych w państwach totalitarnych. Czy jednak spostrzeżenie to potwierdzają także współczesne wypowiedzi polityków demokratycznych? Demokracja jest systemem rządów wyróżniającym się tym, że konflikty i spory obecne w danej społeczności rozwiązywane są w określony sposób. Demokracja nie likwiduje różnorodności, ale dba o to, by odmienność nie zagrażała wspólnotocie. Stąd też w państwach demokratycznych zasadniczo nie mówimy o wrogach (państwa, ludu itp.), a jedynie o politycznych przeciwnikach, którzy w inny sposób niż my interpretują rzeczywistość i proponują inne rozwiązania. Z drugiej jednak strony konieczność zabiegania o poparcie wyborców wymusza na politykach konieczność budowania wyrazistego wizerunku. To zaś pociąga za sobą potrzebę budowania równie wyrazistego wizerunku przeciwnika, od którego tak znacząco przecież dany polityk się różni. Jak bardzo ów wizerunek zależy od zmiennych okoliczności, widać najczęściej po latach, o czym z ironią pisał Paweł Śpiewak (2005: 170nn), analizując dyskurs publiczny pierwszych lat polskiej transformacji.

Czy zatem współcześni polscy politycy mają wrogów czy przeciwników?

I o kim dowiadujemy się więcej, słuchając opisów błędów i zaniechań polityków konkurencyjnych formacji? Przyjrzyjmy się zatem wywiadam, jakich udzieliłi dwaj polscy premierzy: Jarosław Kaczyński (w okresie: lipiec 2006 – listopad 2007) i Donald Tusk (w okresie: listopad 2007 – lipiec 2009). Celem analizy jest odpowiedź na trzy pytania: po pierwsze, co premierzy mówią o swoich politycznych przeciwnikach i jakimi środkami retorycznymi się posługują; po drugie: dlaczego swoim przeciwnikom stawiają takie a nie inne zarzuty i dlaczego wykorzystują te a nie inne środki dla wzmocnienia perswazyjności przekazu; po trzecie wreszcie – jakie konsekwencje niesie ze sobą budowanie takiego obrazu przeciwnika. Oczywiście należy pamiętać, że wywiad jest dość specyficzną formą wypowiedzi. Polityk najczęściej proszony jest o komentarz do aktualnej sytuacji. Zazwyczaj chodzi albo o działania rządu (które krytykuje opozycja), albo o jakieś pomysły opozycji (które na ogół nie odpowiadają rządowi), albo o sytuację, za którą trudno uznać kogoś odpowiedzialnym, ale którą i rząd, i opozycja interpretują w odmienny sposób. Jak widać, sama tematyka wywiadów sprawia, że wątek politycznych przeciwników pojawia się dość często. Dodatkowo styl wywiadów preferowany przez dziennikarzy (głównie telewizyjnych i radiowych) opiera się na konfrontowaniu rozmówców z innymi uczestnikami debaty publicznej, pytania stawiane przez prowadzącego często są po prostu prośbą o skomentowanie krytycznych wypowiedzi politycznych przeciwników (por. Poprawa 2009: 123-142). Wydaje się zatem, że wywiad prasowy udzielany przez polityka jest gatunkiem wypowiedzi, w którym mówca swój etos opiera i wywodzi niejako z „kontr-etosu” swoich przeciwników, który zresztą również sam konstruuje.

1. Agresja i hipokryzja

Kim są zatem polityczni przeciwnicy polskich premierów? Dla Jarosława Kaczyńskiego oponentem jest przede wszystkim PO i jej lider – Donald Tusk, SLD, a także – Samoobrona (wcześniejszy koalicjant).

Nie ulega wątpliwości, że podstawowym kryterium oceny, głównym punktem odniesienia dla Jarosława Kaczyńskiego jest przeszłość. Z tego wynika przede wszystkim generalny zarzut, jaki stawia on SLD – że jest to partia z natury niedemokratyczna: „Formacje postkomunistyczne mają swoje szczególne cechy, wynikające z przeszłości, ze swoich korzeni” – mówi premier, tłumacząc, że partie te:

„były uwikłane nie tylko w tworzenie systemu społecznie i gospodarczo skrajnie nieskutecznej dyktatury, ale także w to, że ta dyktatura była narzucana z zewnątrz. To nie był ustrój, który wyrósł z naszej historii. (...) I stąd bardzo szczególny rodzaj polityki, bardzo szczególny rodzaj ludzi. Jest tylko smutne, że nawet politycy tak młodzi, jak pan Olejniczak - to jest naprawdę młody człowiek, niewiele po trzydziestce - zachowują te cechy, chociaż w roku osiemdziesiątym dziewiątym byli jeszcze zupełnie niedoroslými. Widać, że to się przenosi z pokolenia na pokolenie.

Zwraca uwagę topos obcości, nienaturalnego (bo nie wywodzącego się z naszej tradycji czy historii) pochodzenia. Charakterystyczny jest także dobór epitetów w anaforycznej konstrukcji: bardzo szczególny rodzaj polityki, bardzo szczególny rodzaj ludzi. To typowe zjawisko w języku polityki – nasycenie wartościowaniem neutralnych słów. Generalnie gdy mówimy, że coś jest „bardzo szczególnie”, nie przesadzamy, czy jest to dobre, czy złe. W cytowanej wypowiedzi natomiast określenie to pełni funkcję eufemizmu, a więc jest łagodniejszą formą negatywnego opisu.

Niemожność zrozumienia czy zaakceptowania zasad demokratycznych (konkretnie: podziału władz) premier dostrzegał także u Andrzeja Leppera, gdy ten oczekiwał od premiera wpłynięcia na decyzje szefowe Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji:

„to nie jest tak, że ja mogę wziąć telefon i powiedzieć, nie wiem, pani Kruk: proszę zrobić to i tamto, bo ona mnie po prostu nie posłucha. I to jest normalne w demokracji. Panu premierowi Lepperowi najwyraźniej przyjęcie tego do wiadomości przychodzi trudno”.

Użycie obrazu rządzenia przez telefon, odwołuje się także do poprzedniego systemu, w którym telefon od sekretarza był przysłowiowym niemalże sposobem rozwiązywania różnorodnych problemów.

Platformy Obywatelskiej premier nie wiąże wprost z działalnością PRL-owską, ale wystarczającym obciążeniem jest dla niego „tradycja siedemnastu lat liberalizmu”. Kaczyński mówi o „kompletnym łajdactwie” ludzi Platformy, ich „niesłychanej szkodliwości dla Polski”: „Ta grupa ma stałą tendencję do posługiwania się takimi metodami jak używanie służb. Jestem przekonany, że gdyby teraz rządzili, robiliby to samo. Stuprocentowa gwarancja recydywy”. Znaczące jest tu użycie słowa „recydywa”, które pozwala premierowi w nieco zawołowany

sposób porównać PO do grup przestępczych. Nie jest to przypadkowe skojarzenie, jednym z głównych rysów na portrecie PO malowanym przez PiS jest sugestia, że jest to partia (podobnie jak wcześniej rządzące SLD) opierająca się na sieci nie do końca jasnych powiązań polityczno-biznesowych. Taki przekaz pojawiał się chociażby w spotach wyborczych z 2007 roku (Olczyk 2009: 494nn). Powracającym wątkiem w wypowiedziach Kaczyńskiego na temat PO jest miejsce i sposób wychowania liderów partii, który zaowocował trudnościami w rozumieniu i stosowaniu reguł demokratycznych:

„Donald Tusk ma 50 lat i nawet niezależnie od tego, gdzie się wychował (sam mówi o podwórku) mógłby już przyjąć pewne reguły kultury, które powinny obowiązywać wszystkich niezależnie od tego, gdzie się wychowali, a już na pewno wszystkich, którzy funkcjonują w życiu publicznym”.

Zdaniem Jarosława Kaczyńskiego efektem tego „podwórkowego wychowania” jest „ogromna łatwość mówienia nieprawdy”, jaką ma Tusk i jego partia. Z tego wynika zaś „niebывałe wręcz natężenie kłamstwa”, traktowanie polityki jako zabawy, „teatru absurdu”, „przekroczenie tego, co jest normalne”. Premier tłumaczy: „opozycja zawsze krytykuje, nawet atakuje czasem rząd. I nie ma się co obrażać, tak w demokracji jest. Ale tym razem mamy do czynienia z czymś innym. Opozycja po prostu nie uznała wyniku wyborów i przeprowadziła atak”. Te zachowania opozycji są jednocześnie świadectwem jej „niebывałej wręcz hipokryzji”, zdaniem Kaczyńskiego mamy do czynienia z „pokazem niebывałej hipokryzji i cynizmu”, „bezczelnymi hipokrytami i skończonymi łobuzami”, „arcyhipokrytami”, „rekordzistami świata w hipokryzji”.

Kłamstwo i agresja są – według Jarosława Kaczyńskiego – głównymi sposobami działania politycznych przeciwników. „Tu jest jedna strona niesłuchanie agresywna, nieustannie atakująca, nieustannie obrażająca, a często wręcz wulgarna” – wyjaśnia premier i mówi o „ostrej agresji wypowiedzi skrajnie obraźliwych”, „agresywnej retoryce, strasznej wojnie politycznej, która została przez przeciwników przemian w Polsce wywołana”, „niesłuchanym poziomie agresji opozycji”, podsumowując, że „tak agresywnej opozycji nie było w ciągu ostatnich 18 lat”.

Jarosław Kaczyński w swoich wypowiedziach przedstawia siebie jako kogoś dysponującego ogromną wiedzą na temat jawnych i ukrytych mechanizmów działań politycznych. Do jego cech należy przenikliwość, umiejętność kojarzenia

pewnych faktów i zjawisk, właściwego interpretowania zachowań i reakcji. Stąd w jego wypowiedziach dużo ocen stanów emocjonalnych lub analiz psychologicznych (głównie Donalda Tuska). Wypowiedzi te mają na celu sprowadzenie relacji politycznych do personalnych rozgrywek, co jest z jednej strony charakterystyczne dla dyskursu medialnego i jedną z cech mediatyzacji polityki, ale z drugiej strony – jest konsekwencją współczesnych przemian w sferze publicznej. „Pojmujemy być może – pisze Richard Sennet (2009: 13) – że zadaniem polityka jest opracowywanie i wdrażanie praw, ale nie interesuje nas to dopóty, dopóki w walce politycznej nie dostrzeżemy gry osobowości”.

Zdaniem premiera Platforma to ludzie o „słabej strukturze psychicznej”, nie umiejący pogodzić się z przegraną. W rysowanym przez premiera portrecie Tuska nie brak rysów demonicznych, ale i pewnych niespójności. Tusk bowiem z jednej strony jest osobą bardzo słabą, nie umiewącą powiedzieć „nie”, co dyskwalifikuje go jako kogoś, kto miałby odpowiadać chociażby za kontakty zagraniczne. Z drugiej zaś strony jest osobą bezkompromisowo dążącą do celu, jakim jest władza oraz kimś oszalałym z nienawiści kierującym się zawiedzionymi nadziejami i ambicjami. „Te napady nienawiści są u niego widoczne na twarzy. Pierwszy raz widziałem je u niego w 1992 roku, gdy miał nadzieję, że zostanie po obaleniu rządu Olszewskiego wicepremierem u Pawłaka” – mówi Jarosław Kaczyński, dokonując dwóch charakterystycznych połączeń. Przede wszystkim łączy Tuska z obaleniem rządu Olszewskiego, co jest w ogóle dość istotnym elementem strategii marketingowej PiS, wykorzystywanym w kampaniach wyborczych. Obalenie rządu Olszewskiego w interpretacji PiS jest jednym z największych przejawów zła III RP, a Tusk brał znaczący udział w tym haniebnym wydarzeniu. W głębszej warstwie przekazu wypowiedź ta łączy dwie sfery życia – publiczną i prywatną, przenosząc indywidualne emocje na poziom zbiorowości. Indywidualnie przeżywana przez polityka żądza władzy, ambicja, nienawiść pozwala wytłumaczyć zbiorowe procesy. Wpływ uczuć doświadczanych na poziomie mikrospołecznym na zjawiska makrospołeczne (struktura społeczna, ruchy społeczne, procesy zmiany społecznej) to zagadnienie badane przez socjologię emocji (Turner, Stets 2009).

„Takiego Tuska nie znałem. Nie wiedziałem, że jest zdolny do tak niebywalej agresji. W walce o władzę nie liczy się z niczym i nikim. Nie zważa na interes społeczny czy narodowy, bo inaczej byłaby koalicja PO z PiS-em. Prezentuje także sposób myślenia charakterystyczny dla tej części świeżo wzbogaconej grupy społecznej, która ma słabe

korzenie kulturowe, czy to z powodów obiektywnych, czy też ze względu na swoiste społeczne wyobcowanie – pustkę aksjologiczną, w której żyje”

– tłumaczy premier Kaczyński. Przykład ten dobrze pokazuje strategię budowania własnego etosu na bazie przeciwnego wizerunku. Oto jeden z wielu argumentów. Jego konkluzja brzmi: nie ma koalicji PO-PiS. Jawna przesłanka to: PO nie zważa na interes społeczny i narodowy, przesłanka ukryta: PiS zważa na interes społeczny i narodowy. Podobnie następne zdanie, w którym premier odkrywa źródła takiej a nie innej postawy PO. Kto może rozpoznać parweniusza? Tylko przedstawiciel starej inteligencji, warstwy społecznej od pokoleń budującej swoją pozycję. Kto jest w stanie dostrzec ową „pustkę aksjologiczną”? Tylko ktoś, kto zna wartości i żyje według nich. Presupozycje, a więc założone wcześniej sądy, to jedno z najczęściej używanych narzędzi perswazyjnych w języku polityki.

Wiedza, którą dysponuje premier, pozwala mu przewidywać pewne działania i sugerować najkorzystniejsze rozwiązania. Dzięki temu może on pełnić rolę demiurga urządzającego scenę polityczną, co jest oczywiście wywodzącym się od Machiavellego sposobem rozumienia przywództwa. I tak, zdaniem Kaczyńskiego, PO powinna „przejść rolę umiarkowanej lewicy”:

„Na razie gwałtownie przeciwko temu protestuje, ale uczciwie mówiąc, to byłoby logiczne i wcale niesprzeczne z życiorysami i postawami przywódców tej partii (...). Lansowany przez nich integralny liberalizm z lat 90. łatwo da się przekuć na program lewicy”.

Z tego zaś wynika emocjonalna bliskość PO i SLD. Jak wyjaśnia Kaczyński:

„Ja po prostu stwierdzam pewne fakty, że próby wmawiania, że to my mamy się zaimar porozumiewać z SLD, do niczego nie prowadzą, bo naprawdę nikt w Polsce w to nie uwierzy. Natomiast to, że Tusk prowadził swoją partię w ramiona SLD (...) to jest oczywisty fakt”.

Wypowiedzi te zakwalifikować należałoby do znanego w naukach społecznych gatunku samospełniających się przepowiedni. Punktem wyjścia jest fałszywa definicja sytuacji, która wywołać ma konkretne zachowanie, zmieniające rzeczywistość na tyle, by wyjściowa definicja stała się prawdą. „Prorok” będzie

mógł wówczas stwierdzić, że fakty potwierdziły jego wcześniejsze przewidywania, pomijając milczeniem podstawowy fakt – iż to wypowiedziane przez niego proroctwo, narzucona innym fałszywa definicja sytuacji sprawiła, że dane fakty w ogóle nastąpiły (Merton 2002: 461). W przywoływanym fragmencie zwraca uwagę charakterystyczne dla Kaczyńskiego odwołanie się do kategorii oczywistości. Arbitralne, niemożliwe do zweryfikowania definicje sytuacji, to zdaniem Jerzego Bralczyka (2003: 100) konstytutywne cechy języka polityki.

Kolejnym zabiegiem, charakterystycznym dla komunikacji politycznej w ogóle, jest dawanie dobrych rad przeciwnikowi pozwalające na korzystną autoprezentację. Oto Jarosław Kaczyński przypomina, że w poprzedniej kadencji PiS (jako niezbyt wielka partia opozycyjna) składał propozycje ustaw:

„wkładaliśmy w to wiele wysiłku i organizowaliśmy wokół idei tych ustaw opinię publiczną. Więc może niech Platforma Obywatelska zacznie to czynić, zamiast nas nieustannie i to często w sposób obraźliwy atakować. Ja nie ukrywam, że ja miałbym duży kłopot, żeby udzielać takich wywiadów, jakich na przykład udziela niekiedy przywódca Platformy Obywatelskiej. Z samej grzeczności, której mnie w dzieciństwie nauczono, byłoby to trudne, bo bym musiał się bardzo przełamywać”

– mówi Kaczyński, powracając do wątku różnic kulturowych.

Warte podkreślenia jest także to, że pomimo agresji opozycji, premier nie przejmuje się jej atakami. „Ten poziom agresji jest straszliwie szkodliwy dla Polski. Nie dla mnie, bo ja się tym niespecjalnie zajmuję”. Charakterystyczne jest też nieco pogardliwe i lekceważące traktowanie przeciwników:

„On jest ostatnio w ogóle bardzo aktywny ze swojego kącika politycznego. W najmniejszym stopniu się tymi ocenami nie zajmuję”; „My nie odpowiadamy - ani ja, ani mój brat - na te ciągle obraźliwe ataki, bo nie ukrywam, traktujemy trochę Lecha Wałęsę jak dziecko...”

Jak widać z przytoczonych przykładów, przeciwnik zdaniem Jarosława Kaczyńskiego jest przede wszystkim agresywnym hipokrytą, kimś przez wychowanie lub ze względu na pochodzenie skłonny do kłamstwa i jednocześnie człowiekiem słabego charakteru, kierującym się własnymi ambicjami, a nie dobrem państwa. Jeśli chodzi o środki retoryczne, jakimi posługuje się premier, to najczęściej mamy do czynienia z powtarzającymi się epitetami: zachowanie

przeciwników jest przede wszystkim „niebywałe” i „niesłychane”, określenia te wzmacniane są jeszcze słówkiem „wręcz”. Od czasu do czasu pojawiają się metafory (teatr absurdu, Niagara kłamstw, układ), nie są one specjalnie wyszukane, ich siła nie tkwi w obrazowości, elemencie zaskoczenia, ale w ich pojemności oraz funkcji porządkowania rzeczywistości, tworzenia przekonującej interpretacji świata. Stąd popularność metaforycznego pojęcia „układ”.

Wydawać by się mogło, że to swoiste ubóstwo środków retorycznych nie sprzyja perswazyjności przekazu. Nie można jednak zapominać o potędze powtórzeń. Systematyczne przypisywanie określonej partii konkretnych cech sprawia, że charakterystyka ta w potocznym odbiorze niejako automatycznie wiązana jest z danym ugrupowaniem.

2. Przewidywalność i marudzenie

Dla Donalda Tuska przeciwnik to Kaczyński. I Lech, i Jarosław. Jest to przeciwnik dobrze znany, przewidywalny i taki, którego wypowiedziami premier zasadniczo się nie przejmuje. Jak widać, jest to często wykorzystywany motyw. Przy czym warto pamiętać, że tego typu pomniejszanie przeciwnika może być zabiegiem zdradliwym. Jeśli polityk nie przejmuje się wypowiedziami swoich przeciwników, przyczyny tego mogą być różne: polityk może być dogłębnie przekonany o słuszności swoich działań, niezłomny w swoich postanowieniach, a zarzuty stawiane przez opozycję mogą być paniczną reakcją ludzi małostkowych, zawistnych lub uwikłanych w ciemne interesy. Mąż stanu wie, co robi i nie może zrezygnować ze szczytnych idei i dalekosiężnych, wizjonerskich planów służących dobru obywateli tylko dlatego, że ktoś nie potrafiący zrozumieć jego pomysłów, będzie je krytykował. Tak więc motyw lekceważenia przeciwnika do pewnego stopnia służy budowaniu własnego etosu. Jednak tylko do pewnego stopnia. Warto bowiem pamiętać o tym, że jeśli pokonanie przeciwnika ma przynieść nam chlubę, nie może to być byle jaki przeciwnik. Jeśli odmówimy mu jakiegokolwiek siły i wartości, zwycięstwo nad nim również będzie bezwartościowe. O ile w przypadku Jarosława Kaczyńskiego lekceważenie przeciwnika wynika raczej z poczucia słuszności własnej sprawy, o tyle w przypadku Donalda Tuska deklarowane przez niego nieprzejmowanie się opozycją jest skutkiem braku istotnego znaczenia tejże opozycji. I tak na przykład, gdy dziennikarka, odwołując się do wypowiedzi prezesa PiS, pyta: „Tak się pan czuje, że jest pan z niższej półki? Tak?”, Tusk przytakuje: „No tak.” Gdy dziennikarka docieka:

„Na czym polega ta niższa, wyższa półka?”, premier odpowiada: „Nie wiem, ale chyba jesteśmy rzeczywiście z różnych półek. (...) Niech tak będzie”. Nieważne, co przeciwnik mówi i co przez to rozumie. Nie warto się nad tym zastanawiać – to wniosek płynący z wypowiedzi premiera.

Strategia działania politycznych przeciwników – zdaniem Tuska – ze względu na swą powtarzalność, jest łatwa do przewidzenia:

„Zawsze jak zbliża się kampania, to lider PiS-u używa coraz bardziej histerycznych argumentów i do tego się powinniśmy przyzwyczaić”; „będziemy świadkami coraz bardziej ksenofobicznej kampanii ze strony PiS-u. Nie mam żadnych wątpliwości. (...) im słabszy PiS, tym bardziej agresywnych ataków można się ze strony tej partii spodziewać. (...) Niektórzy będą agentami niemieckimi, niektórzy SB, niektórzy rosyjskimi. Jacek Kurski będzie udawał stoczniozca. (...) Cały ten asortyment jestem w stanie sobie wyobrazić”.

W przywoływanej wypowiedzi nie brak negatywnie nacechowanych określeń: argumenty są „histeryczne”, kampania „ksenofobiczna”, a Jacek Kurski „będzie udawał”. To ostatnie słowo: „udawać” jest zarzutem nieszczerości. Zarzut ten dodatkowo wzmocniony jest przez słowo „asortyment”. Wspominałam już o tym, jak za pomocą słowa „recydywa”, Jarosław Kaczyński budzi skojarzenia ze środowiskami przestępczymi. Donald Tusk wykorzystuje ten sam zabieg, posługując się słowem „asortyment”. Asortyment to tyle co wybór towarów lub usług. Jest to określenie typowe dla języka handlu. Jeśli dodamy do tego opis Jacka Kurskiego udającego stoczniozca – z wypowiedzi tej wyłania się obraz PiS jako partii nieszczerzej, oszukującej obywateli zestawem argumentów przygotowanych z myślą o skutecznej „sprzedaży” partii. Czy można uznać to jednocześnie za rodzaj *argumentum ad personam*? Oto ugrupowanie mówiące o misji, czy idei, zarzucające innym posługiwanie się kłamliwym marketingiem, tak naprawdę tworzy coś w rodzaju oferty handlowej dostosowanej do potrzeb sytuacji. Zwykle przecież metaforyczne ujęcie jakiegoś zjawiska uwypukla jeden jego aspekt, ale jednocześnie sprawia, że tracimy z oczu pozostałe (Lakoff, Johnson 1988: 32).

Donald Tusk w przeciwieństwie do Jarosława Kaczyńskiego najczęściej nie zarzuca opozycji agresywnych działań, ale w opisie przeciwników używa typowej wojennej metaforyki:

„atakować wątkiem niemieckim”, „nasi konkurenci podali nam polityczną broń na talerzu”, „PiS jest więźniem swojej propagandy”, „polityka nieustannie zaciśniętych pięści”, „kiedy zbliżają się wybory Jarosław Kaczyński sprawia wrażenie kombatanta, który wybiera się na wojnę”, „PiS za gardło telewizję publiczną chwycił”, „dla lidera PiS-u wątek niemiecki jest jedną z takich maczug, którymi lubi uderzać swoich przeciwników”.

Warto tutaj zwrócić uwagę na kilka cech obrazu wyłaniającego się z tych określeń. Bycie „więźniem własnej propagandy”, „polityka zaciśniętych pięści” to synonimy zamknięcia, pewnej dogmatyczności. Jarosław Kaczyński w roli kombatanta wybierającego się na wojnę – to z kolei opis o wydźwięku humorystycznym. I wreszcie ostatnie zdania: „chwycić za gardło”, „maczuga” – odnoszące się do szczególnego sposobu walki. Jest to walka, w której nie chodzi ani o strategię (typową dla wielkich wodzów), ani o sztukę podporządkowaną regułom (jak choćby szermierka). Tusk, używając takich wyrażań, podkreśla jeden aspekt – brutalność i bezpardonowy charakter działań.

Głównym zarzutem, jaki Tusk stawia swoim politycznym przeciwnikom, jest nieskuteczność i działanie na szkodę. Zaczynając od hiperboli: „mam na koncie kryzys światowy i braci Kaczyńskich, i to nie są łatwe warunki”, poprzez metaforyczne obrazy: „Opozycja polityczna, ze swoim patronem [prezydentem – przyp. AK], raczej modlą się o to, aby rząd miał jak najwięcej kłopotów”, aż po lekceważące opisy:

„Czym innym jest twarde stanowisko, a czym innym marudzenie, jak to miało miejsce przez ostatnie dwa lata. Czy Kaczyńscy marudzili? Tak, nie dość, że byli marudni, to jeszcze nieskuteczni”, „porozumienie Napieralski-Kaczyński to jest porozumienie dwóch polityków, którzy mają satysfakcję tylko z jednego: że udaje im się coś zepsuć”

– premier Tusk buduje obraz „trudnego, niezycliwego partnera”, współpracującego z którym przypomina „orkę na ugorze”.

Zarzut nieskuteczności jest bardzo często stosowany w dyskursie politycznym. Ma on zdyskwalifikować przeciwnika. To, czy rządzący potrafią osiągać założone cele, od zawsze było ważnym kryterium oceny. Niemniej współczesny kontekst sprawowania władzy sprawia, że obywatele w coraz mniejszym stopniu czują się poddanymi. Uważają się raczej za klientów. I tak jak wymagają miłej i kompetentnej obsługi w sklepie, w banku, na poczcie i w przychodni, tak samo

oczekują sprawnego działania ze strony polityków. Politycy stają się kolejnymi dostawcami usług. Mają zapewnić bezpieczeństwo i dostatek. Przy czym samo pojęcie skuteczności nie jest precyzyjnie definiowane, bo zarzut nieskuteczności postawić można zarówno politykowi, który nie przestrzega prawa, jak i temu, który nie realizuje swoich wyborczych obietnic. Jak zauważa Grzegorz Rydlewski (2004: 33), ważniejsze od treści i celów samych działań bywają towarzyszące im oczekiwania społeczne. Warto także pamiętać, że zarzut nieskuteczności łatwiej jest stawiać swoim poprzednikom na danym urzędzie. Chcąc wykazać swoją operatywność politycy chwalać się swoimi osiągnięciami, podkreślając, że udało mi się coś zakończyć, do czegoś doprowadzić, coś ustalić. Ich poprzednicy – mimo zapowiedzi – nie potrafili tego osiągnąć. Polityk już nie dodaje, że często ten traktat, który właśnie podpisuje (co jest wielkim sukcesem!) wynegocjował jego poprzednik...

W wypowiedziach Tuska – podobnie jak u Jarosława Kaczyńskiego – pojawia się zarzut niezrozumienia lub niestosowania przez politycznych przeciwników zasad demokracji. Zarzut ten Tusk kieruje przede wszystkim w stronę prezydenta, którego nazywa „patronem opozycji” i oskarża o wspieranie opozycji kosztem interesu państwa. Przypuszcza, że „po Lechu Kaczyńskim urząd prezydenta nie będzie już miejscem marzeń dla żadnego polskiego polityka”, ponieważ „Lech Kaczyński pokazuje, że prezydentura może być czymś, po czym przechodzi się do złej pamięci ludzi”. W jednym z wywiadów premier, wyjaśniając istotę sporu w demokracji, posługuje się dychotomicznym obrazem optymistycznego, pełnego wiary w ludzi premiera i pesymistycznego, wrogo nastawionego do jakiegokolwiek inności prezydenta:

„on mówi, że jakaś sprawa się nie uda, a ja staram się wszystkich przekonać, że jest szansa, żeby się udała. (...) ja staram się budować przychyłność partnerów, sąsiadów wobec swoich celów i projektów. Prezydent zaś patrzy na świat nieufnie i pod kątem zagrożeń. Ja chciałbym, aby Polska w Europie była silna, dlatego, że jest ceniona, lubiana, akceptowana. Prezydent chciałby Polskę odgradzić od świata zewnętrznego, bo uważa, że ten świat niesie ze sobą jedynie zagrożenia. (...) Najczęściej iskrzy między nami dlatego, że prezydent widzi w świecie zło, ja natomiast coś, co zawsze daje nadzieję”.

Perswazyjność tego fragmentu opiera się na anaforach, zrytmizowaniu, przeciwstawieniu i metaforycznych wyrażeniach („iskrzy”, „odgradzić”, „budować”).

Mamy tu również ponownie przeniesienie różnicy z poziomu mikrospołecznego na poziom makrospołeczny – odmienność osobowości skutkuje bowiem odmiennością wizji politycznej. Personalizacja polityki jest jednym z wymiarów mediatyzacji. Tłumaczenie działań politycznych emocjami liderów, uzasadnianie publicznych decyzji prywatnymi przeżyciami – to zabiegi wykorzystywane niezmiernie często przez dziennikarzy, ale jak widać w przytoczonych przykładach, także przez samych polityków.

Zabiegiem retorycznym, po który Tusk sięga najchętniej, jest ironia, sformułowania pełne lekceważenia, ośmieszające przeciwnika. Premier mówi z przekąsem o „nadzwyczajnej aktywności pana prezydenta na arenie międzynarodowej”, zapewnia, że „nie będzie komentował jakoś szczególnie dotkliwie dla prezesa Kaczyńskiego tych mądrości ekonomicznych”, które ów wygłasza, oraz, że jest przekonany, że kiedy „Jarosław Kaczyński (...) zrozumie o co chodzi z reprivatyzacją”, nie będzie „protestował przeciwko temu żeby obywatelom polskim zwrócić to co im ukradziono”. Proszony o odniesienie się do uwag opozycji na temat działań podejmowanych przez rząd, premier wyjaśnia:

„nie jest moją pierwszą misją w polityce zaspokajanie potrzeb pana prezydenta”; „Prezes Kaczyński ma zawsze pretensje, więc, gdybym ja miał strategię postępowania Polski w Unii Europejskiej budować pod gusta i apetyty prezesa Jarosława Kaczyńskiego, to być może byłby on usatysfakcjonowany, ale Polska by na tym straciła”.

Przeciwnik polityczny jest zatem kimś, kto nie rozumie podstawowych kwestii, jest pełen pretensji i jednocześnie skłonny do wygłaszania sądów i opinii, które go ośmieszają. Zabieg pomniejszania przeciwnika zastosował Tusk w takich oto odpowiedziach na pytania dziennikarzy:

„[dziennikarz:] Pan jest w Brukseli, a tu w Warszawie Jarosław Kaczyński grzmi do pana i do rządu i mówi opamiętajcie się i zacznijcie wreszcie walczyć z kryzysem i co pan na to? [Tusk:] Nie, nie słyszałem, czyli te grzmoty nie były donośne”; „[dziennikarz:] Niech pan się tylko nie zamieni w pełnego pretensji do świata Jarosława Kaczyńskiego, z tą różnicą, że uśmiechniętego. [Tusk] Nawet jakbym się nie wiem jak napiął, to nie potrafiłbym”.

Podobnie szyderczy wydzwitek ma następujący opis działania przeciwnika: „nie przyjmuję do wiadomości dzisiaj takiego popiskiwanie prezesa telewizji,

ale także polityków PiS-u, którzy nagle zamienili się w aniołków strzegących neutralności mediów publicznych”. Sformułowanie „popiskiwanie prezesa”, uznać należy właściwie za obraźliwe. Jeśli dodatkowo weźmiemy pod uwagę pokazną posturę ówczesnego prezesa TVP – Andrzeja Urbańskiego, rozpatrywać należałoby je albo w kontekście mało subtelного żartu, albo *argumentum ad personam*.

Generalnie dla Donalda Tuska przeciwnik polityczny to ktoś, kto utrudnia działania rządu, kto przeszkadza w realizowaniu zamierzeń służących dobru obywateli. Jednocześnie to ktoś, komu bardziej zależy na niepowodzeniu rządu Tuska niż na sukcesie Polski. Premier wyraża jednak przekonanie, że zachowanie opozycji jest właściwie odczytywane przez Polaków, polityczni przeciwnicy powtarzają bowiem wciąż te same chwytły, czym budzą uśmiech politowania. Premier używa wielu metafor, ale – w przeciwieństwie do przenośni stosowanych przez Kaczyńskiego – są to raczej figury słów niż myśli (Ziomek 2000: 131n.).

3. Między metaforą a ironią

Z powyższego zestawienia jasno wynikają zarówno pewne podobieństwa w budowanym obrazie przeciwnika, jak i różnice w doborze środków służących temu celowi. Zatrzymajmy się przez chwilę nad wybranymi elementami retoryki obu mówców.

Tusk często używa ironii. Jak wiadomo, jest to narzędzie wykorzystywane w sytuacji, gdy mówca jest pewien życzliwego nastawienia odbiorców. Ironia łączy się z okazaniem wyższości albo wobec słuchaczy (w analizowanym przypadku to nie występuje), albo wobec przeciwnika (to dominujący wątek), albo wreszcie w odniesieniu do samego tematu. Przykładem ostatniego może być przywoływana już rozmowa na temat pólek kulturowych. Wśród odmian ironii wyróżniamy między innymi, szyderstwo (*epikertomeza*); cięty dowcip (*skomma*), dowcip wyrafinowany (*asteizm*), wyśmianie (*diasyrm*) oraz wzgardę połączoną z lekceważeniem (Lausberg 2002: 336-338). Ironia retoryczna zawsze odwołuje się do audytorium, jej celem jest zdemaskowanie przeciwnika, a więc musi zostać ona przez odbiorców odczytana jako ironia. Zazwyczaj jej sygnały mają charakter niewerbalny, chodzi o ton głosu czy mimikę. Wiele spośród analizowanych przykładów pochodzi z wywiadów radiowych i telewizyjnych, w których premier mógł wykorzystywać także niewerbalny kanał przekazu. Dodatkowym

wymogiem jest jednak również pewna przychylność publiczności, istnienie wspólnoty przekonań, doświadczeń, wyobrażeń między nią a mówcą. Dlatego ironii może używać Tusk, dla którego media są na ogół przyjaznym środowiskiem. W wybranych wywiadach nie ma sytuacji napięcia czy braku życzliwości pomiędzy dziennikarzem a premierem. Kaczyński natomiast nie posługuje się ironią, ponieważ przede wszystkim nie może być tak pewny oczywistości swoich racji. Zresztą, sam stwierdzał w jednym z wywiadów, że sprawy o których mówi, mogą być na razie niezrozumiałe dla przeciętnego obywatela. Jarosław Kaczyński często pośadzany jest też o nieufność wobec dziennikarzy.

Kolejnym ważnym środkiem retorycznym stosowanym przez obu mówców (choć w odmienny sposób) jest metafora. Metafory są doskonałym narzędziem argumentacji i perswazji politycznej. Jak zauważa Jonathan Charteris-Black (2005: 17), przywódcy polityczni są bardziej skuteczni, gdy używane przez nich metafory korespondują z innymi cechami językowymi legitymizującymi władzę. Politycy używają przenośni, które ich politykę przedstawiają w dobrym świetle, szukają także obrazów, które dyskwalifikują przeciwników, przy czym bardziej kreatywni są, gdy chodzi o metafory służące delegitymizacji. Metafory niewątpliwie pomagają w tworzeniu wspólnoty, tłumaczą świat, potrafią organizować całą politykę prowadzoną przez daną partię czy lidera. Można się zastanawiać, czy nie w taki właśnie sposób funkcjonują używane przez Jarosława Kaczyńskiego metafory układu czy Rywinlandu. Stanowią one pewien rdzeń, wokół którego budowana jest narracja. Metafory w wypowiedziach Tuska wydają się mieć mniejszy ciężar gatunkowy. Służą przede wszystkim zwiększeniu komunikatywności stylu. Wiele z nich ma charakter ilustracji, wzmacniają raczej obrazowość niż argumentację.

Hans-Georg Gadamer (2002: 125) zauważał, że w mówieniu obecne jest nie tylko to, co nie zostało powiedziane, a co wpływa na odczytanie komunikatu, ale także to, co mówienie zakrywa (oczywistym przypadkiem jest tu kłamstwo). Odwołując się do tych spostrzeżeń Jadwiga Puzynina (1991: 129) do typu wypowiedzi „zakrywających” zalicza także takie gry językowe, jak metafora czy ironia. O ile w przypadku kłamstwa nadawca nie chce, żeby odbiorca odkrył prawdziwe znaczenie komunikatu, o tyle w przypadku gier językowych nadawca wymaga od odbiorcy włożenia trudu w jego odczytanie. Zarówno metafory, jak i ironia tworzą komunikaty zawoalowane, mamy wówczas do czynienia z mową „okrężną”, wymijającą, te formy komunikacji mogą wywoływać zaś fałszywy efekt. Jest to szczególnie istotne w odniesieniu do polityki, ponieważ ludzie

na co dzień oszukiwani, poddawani manipulacji, nie są w stanie rozpoznać prawdziwych stwierdzeń, gdy zostają one sformułowane w stylu, który ma ich przekonać. To zjawisko wielokrotnie podkreślane w odniesieniu do nowomowy – w sytuacji, gdy odbiorcy rozpoznawali tekst jako propagandowy, nie wierzyli mu, niezależnie od treści. Ten sam mechanizm działa jednak także w demokracji, zarówno gdy chodzi o reklamę produktów, jak obietnice wyborcze. Co więcej jednak, przekonanie, że politycy kłamią, nie wiąże się jedynie z kampanią wyborczą, ale dotyczy coraz częściej całości politycznego przekazu. Badania nad perswazją w języku polityki oraz rozważania o demokracji nieprzypadkowo dotyczą wątku kryzysu, rozczarowania, zniecierpliwienia, poczucia bycia oszukiwanym (Norval 2007: 69). Z wątkiem tym bardzo silnie wiąże się zaś jeden z zarzutów, jakie wobec politycznych przeciwników wysuwają analizowani premierzy. Chodzi o hipokryzję.

Zarzut hipokryzji jest zarzutem sięgającym podstaw systemu politycznego. Jak dowodzi Judith N. Shklar (1997: 83nn), współczesna demokracja opiera się na składanej przez siebie obietnicy moralnej. Legitymizacja władzy opiera się na zgodzie rządzących, a zgodę tę często trudno jest uzyskać.

„Polityczna hipokryzja stanowi część retoryki legitymizacji i polityki perswazji, a to powoduje, że w demokracjach liberalnych istnieje stała obawa przed oszustwem i skrywaniem. Demokracja powoduje rozczarowanie i poczucie, że się jest wciąż oszukiwanym” (Shklar 1997: 88).

Dlatego jeśli politycy nie mogą porozumieć się ze sobą, nie znajdują wspólnych punktów odniesienia – jedynym sposobem zdemaskowania przeciwników jest „ujawnienie ich hipokryzji i podważenie ich prestiżu moralnego i politycznego” (Shklar 1997: 92), przy czym oskarżenia o hipokryzję najczęściej znaczą tylko tyle, że politycy nie spełniają standardów, jakie sami sobie wyznaczyli, a nie – że nie wywiązują się z podjętych zobowiązań.

4. Wyobrażenia obywatela

Wywiady medialne z całą pewnością nie są instytucją polityczną, jak na przykład parlament czy inne organy konstytucyjne. Niemniej jednak stanowią ważną część procesu politycznego. Problem zarządzania wypowiedziami publicznymi, to nie tylko kwestia treningu medialnego danego polityka. Sprawa nie

dotyczy jedynie tego, co i jak będzie on mówił, ale także wszelkich implikacji i przypuszczeń, jakie mogą wywołać jego słowa. Polityczna argumentacja w przestrzeni publicznej służy przede wszystkim legitymizacji. (Chilton 2004: 90). Jak twierdził Ludwig von Mises (2007: 729), pomyślność ludzkości zależy w równej mierze od tego, jak mądre programy zdołają opracować elity i jak przekonująco potrafią je przedstawić reszcie społeczeństwa. Legitymizacja to uzyskanie pozwolenia na działanie. Wywiad, jakiego udziela premier, służy temu właśnie celowi.

Spróbujmy zatem odtworzyć etos mówcy, jaki wyłania się z obrazu przeciwnika. Skoro przeciwnik jest kimś nie do końca uczciwym – jego przeciwieństwem jest polityk o kryształowej moralności. Jeśli z jednej strony mamy ludzi o zawiedzionych ambicjach, niezrównoważonych emocjonalnie – po drugiej stronie stoi człowiek racjonalny, przewidywalny i pełen chęci służenia innym. Agresji przeciwstawiany jest spokój. Słabości – siła. Nieporadności – skuteczność. Śmieszności – godność i fachowość. To wszystko te skojarzenia, które politycy pragną wywołać. Przekaz obecny pod powierzchnią wypowiedzi.

Jeśli jednak nie będziemy koncentrować się na pojedynczych komunikatach, ale ujmemy je w szerszym kontekście, potraktujemy jako elementy całości przekazu kierowanego do obywateli, efekt może być zupełnie inny. Nie musi być to pozytywny wizerunek polityka.

Jaki obraz przeciwnika wyłania się generalnie z analizowanych wypowiedzi? Przede wszystkim jest to obraz kogoś, kto w żaden sposób nie może być partnerem w jakiegokolwiek dyskusji; ludzi, dla których polityka jest zabawą, grą, którzy nie rozumieją, nie przestrzegają zasad. Jak taki obraz polityków wpływa na obywateli?

W demokracji zasadą jest alternacja władzy, rolą opozycji jest tworzenie alternatywy – personalnej i programowej. Pluralizm, na którym opiera się demokracja, oznacza akceptację faktu, że można różnie patrzeć na tę samą rzeczywistość, że można inaczej definiować problemy społeczne i mieć odmienne pomysły na ich rozwiązanie.

W analizowanych wywiadach ta akceptacja jest niezauważalna. Opozycja przecież nie krytykuje rządu, tylko kłamie, nie stanowi alternatywy programowej, bo o żadnym jej programie nie ma mowy – chodzi po prostu albo o żądze władzy, albo ochronę własnych interesów. Nie jest też alternatywą personalną, bo są to albo ludzie nie będący w stanie prowadzić polityki, albo arcyhipokryci.

W ostatnich latach niezwykle popularność zdobywa koncepcja demokracji

deliberatywnej, której założeniem jest legitymizująca rola debaty. Debaty, w której uczestniczą równi i wolni obywatele, przedstawiający własne stanowiska, szanujący odmienne poglądy i poszukujący najlepszego rozwiązania w imię dobra wspólnego. Z analizowanych wywiadów wynika, że taka debata nie jest możliwa, wszak żaden z badanych polityków nie byłby w stanie „wejść w skórę” drugiego, otworzyć się na jego argumentację, przyjąć jego punkt widzenia.

Chantal Mouffe (2005: 119), która nie zgadza się z deliberatywną wizją, że w polityce realny jest stuprocentowy konsensus, przypomina, że przewyciężenie opozycji my-oni jest niemożliwe, ale istotną demokracji jest wypracowanie nowego sposobu pojmowania tej opozycji. Niezbędność przeciwnika w polityce jest czymś oczywistym, najważniejsze, by był to przeciwnik, a nie wróg. Możemy nie akceptować idei, jakie on głosi i zwalczać je, ale nie możemy odmawiać mu prawa do obrony własnych poglądów.

Przeciwnik polityczny, który jest człowiekiem z innego poziomu kultury, kimś śmiesznym i niepoważnym, a zatem nie może być traktowany jako partner – to bardzo wyrazisty obraz. Takie językowe działania polityków mają służyć stymulowaniu zainteresowania obywateli, ich emocjonalnej mobilizacji, wyraźne definiowanie przeciwnika pozwala umocnić wspólną tożsamość. Efektem takiej prezentacji politycznych wrogów może być też jednak zniechęcenie wyborców, ich rosnąca obojętność, co w konsekwencji prowadzi do erozji systemu politycznego. Demagogiczne chwytły obniżają standardy sporu politycznego, a co za tym idzie – zmniejszają się szanse wypracowania konsensusu. Jeśli zaś jedynym spoiwem politycznej tożsamości staje się sylwetka wroga, budowana w ten sposób wspólnota jest niezwykle krucha.

Demokracja to ścieranie się różnych stanowisk. Tradycja demokratycznego działania pozwoliła na wypracowanie powszechnie przyjętych sposobów wyrażania własnych poglądów, konkurowania odmiennych przekonań w sferze publicznej. Gdy skupimy się na eliminowaniu różnorodności, zrezygnujemy z demokratycznych metod konfrontacji i za wszelką cenę dążyć będziemy do porozumienia – grozi nam bierność i rozczarowanie polityką. Omówione wcześniej sposoby mówienia o przeciwniku politycznym paradoksalnie bowiem mogą skłaniać do eliminowania różnic. Jeśli bowiem problemem jest konstrukcja psychiczna polityków, ich ambicje i zawiedzione nadzieje, to różnica między partiami sprowadza się do różnic charakteru liderów. Jeśli nie ma mowy o równoprawnych, choć odmiennych interpretacjach rzeczywistości, a wszystko zależy od tego, czy ktoś jest optymistą czy pesymistą, oznacza to, że polityka nie

jest zorganizowana wokół istotnych problemów, a co za tym idzie – nie służy rozwiązaniu rzeczywistych sprzeczności w życiu społecznym. W takiej sytuacji – przestrzega Chantal Mouffe (2005: 122) – konfrontacja stanowisk może być zastępowana konfrontacją innych form kolektywnej identyfikacji, co doprowadzić może do „eksplozji antagonizmów”, dotyczących problemów, które można byłoby rozwiązać demokratycznymi metodami.

Perswazja wymaga próby wyjścia poza własny punkt widzenia, umiejętności dostrzegania różnych stron danej sprawy, a także gotowości przyjrzenia się własnym przekonaniom niejako z zewnątrz. Polityka oparta na perswazji nie jest polityką powszechnego braterstwa i miłości, ale polityką wzajemnego szacunku i gotowości wysłuchania innych racji. Jest wciąż polityką sprzeczności i różnic. Polityką, w której wszystkie zwycięstwa są tymczasowe, bo zależą od poglądów innych. Przypominający to Bryan Garsten (2009: 211), dowodzi, że umiejętność perswazji jest znakiem charakterystycznym demokratycznego polityka. Retoryczna biegłość nie jest naddatkiem, dodatkowym talentem, ale sednem jego sukcesu. Może więc w równym stopniu debata nie jest ozdobą demokracji, ale jej istotą?

Bibliografia

Źródła:

Wywiady zamieszczone na stronie internetowej Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, <http://www.kprm.gov.pl/s.php?id=443>, dostęp: 30.08.09.

Opracowania

Bralczyk, Jerzy (2003) *O języku polskiej polityki lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych*. Warszawa. Wydawnictwo Trio.

Charteris-Black, Jonathan (2005) *Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor*. New York. Palgrave Macmillan.

Chilton, Paul (2004), *Analysing Political Discourse. Theory and Practice*. London. Routledge.

Gadamer, Hans-Georg (2002) „Semantyka i hermeneutyka”. Przeł. K. Michalski. W: tenże, *Rozum, słowo, dzieje. Szkice wybrane*. Wyb. K. Michalski. Warszawa. Państwowy Instytut Wydawniczy. Ss. 119-132.

Garsten, Bryan (2009) *Saving Persuasion. A Defense of Rhetoric and Judgment*. Cambridge – London. Harvard University Press.

Głowiński, Michał (1999) *Końcówka (czerwiec 1985 – styczeń 1989)*. Warszawa. Wydawnictwo Literackie.

- Lakoff, George, Johnson, Mark (1988) *Metafory w naszym życiu*. Przeł. T. P. Krzeszowski. Warszawa. Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Lausberg, Heinrich (2002) *Retoryka literacka. Podstawy wiedzy o literaturze*. Przeł. A. Gorzkowski. Bydgoszcz. Wydawnictwo Homini.
- Merton, Robert K. (2002) *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*. Przeł. E. Morawska i J. Wertenstein-Żuławski. Warszawa. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mises von, Ludwig (2007) *Ludzkie działanie. Traktat o ekonomii*. Przeł. Witold Falkowski. Warszawa. Instytut Ludwiga von Misesa.
- Mouffe, Chantal (2005) *Paradoks demokracji*. Przeł. W. Jach i in. Wrocław. Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP we Wrocławiu.
- Norval, Aletta J. (2007) *Aversive Democracy. Inheritance and Originality in the Democratic Tradition*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Olczyk, Tomasz (2009) *Politrozrywka i pop perswazja. Reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku*. Warszawa. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Poprawa, Marcin (2009) *Telewizyjne debaty polityków jako przykład dyskursu publicznego*. Kraków. Universitas.
- Puzynina, Jadwiga (1991) „Jak pracować nad językiem wartości?”. W: J. Puzynina, J. Anusiewicz (red.) *Język a Kultura*. Tom 3. *Wartości w języku i tekście*. Wrocław. Wiedza o Kulturze. Ss. 129-137.
- Rydlewski, Grzegorz (2004) *O skutecznym działaniu w polityce. Dziesięć przykazań nie tylko dla ludzi polityki*. Warszawa. Dom Wydawniczy Elipsa.
- Sennet, Richard (2009) *Upadek człowieka publicznego*. Przeł. H. Jankowska. Warszawa. Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA.
- Shklar, Judith N. (1997) *Zwyczajne przywary*. Przeł. M. Król. Kraków – Warszawa. Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Fundacja im. Stefana Batorego.
- Śpiewak, Paweł (2005) *Pamięć po komunizmie*. Gdańsk. słowo/ obraz terytoria.
- Turner, Jonathan H., Stets, Jan E. (2009) *Socjologia emocji*. Przeł. M. Bucholc. Warszawa. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Ziomek, Jerzy (2000) *Retoryka opisowa*. Wrocław. Ossolineum.

We are from another courtyard – political opponents about each other

The paper tries to answer the question about politicians' manner of speaking about their political opponents. Polish Prime Ministers' press interviews that have been analyzed indicate some main charges against political opponents: hypocrisy, weak character, and ignorance of democratic rules. Politicians often use rhetorical expressions such as metaphor and irony. The paper shows the possible consequences of this kind of political speaking, for example the passivity and discouragement of citizens, defects of public debate and the weakening of democracy.

Oliwia Tarasewicz-Gryt
WSZ Edukacja, Wrocław

HOMO SERIOSUS I HOMO RHETORICUS W DYSKURSIE POLITYCZNYM. STRATEGIE ARGUMENTACYJNE JANUSZA PALIKOTA I JEGO Oponentów

Tekst jest analizą mechanizmów retorycznych i erystycznych w wystąpieniach posła Janusza Palikota oraz jego oponentów – polityków z kręgu Prawa i Sprawiedliwości. Dyskurs polityczny jest z natury swej retoryczny, jednak politycy PiS przeprowadzają argumentację w taki sposób, by przypominał dyskurs „poważny”, odwołując się do najwyższych wartości, norm i powinności. Jednocześnie bezpardonowo atakują swych wrogów, najczęściej za pomocą chwytów erystycznych. Sposób, w jaki się wypowiadają, przypomina często „retorykę nienawiści”. Postawę polityków PiS określa się tutaj mianem strategii *homo seriusus*. Poseł Palikot otwarcie manifestuje swą retoryczność i dystans do rzeczywistości – jako *homo rhetoricus*. Po przyjrzeniu się części spektakularnych wystąpień polityka, można odnaleźć w nich pewną spójność i wykazać w jaki sposób, przy użyciu retorycznej argumentacji *a fortiori*, próbuje zasugerować audytorium nieprawidłowości w sposobie postępowania i komunikowania się polityków PiS. Analizowane wypowiedzi pochodzą z polskich mediów oraz z bloga Janusza Palikota, który jest tutaj rozumiany jako szczególny przypadek wypowiedzi publicznej w obrębie politycznego dyskursu, przesuwając bowiem w niespotykany wcześniej sposób granicę tego, co można powiedzieć publicznie.

Dyskurs polityczny jest nierozzerwalnie związany z retoryką, a rozważaniom nad retoryką dyskursu politycznego towarzyszy od pewnego czasu refleksja nad poziomem tego dyskursu. Ze strony komentatorów, polityków i dziennikarzy padają zarzuty obniżania poziomu debaty. W roku 2009 bardzo często ich adresem był ówczesny poseł Platformy Obywatelskiej, Janusz Palikot, po wystąpieniu z PO, od 2011 – przywódca Ruchu Palikota. Niniejszy tekst dotyczy głównie jego sporów z roku 2009, prowadzonych z Prawem i Sprawiedliwością. W końcowej części omówiono także jego aktualny sposób komunikacji politycznej.

Janusz Palikot uważa, że jedynie dostosowuje się do standardów. W odpowiedzi na zarzuty Jana Rokity, dotyczące m. in. przyprawiania „infantylną pupy” polskiej polityce – twierdzi, używając podobnie jak atakujący, gombrowiczowskiego stylu:

„(...) jestem skutkiem, nie przyczyną. Jestem efektem zaniechań w polityce budowanej między innymi rękami Jana Rokity i rozgęganych elit, które czerwieniły się czując woń puszczonego na salonach bąka, ale zamiast wywalić chłama za drzwi – zapraszały go na kanapę”. (Palikot 2009)

Zawarta poniżej analiza stosowanej przez Janusza Palikota retoryki i argumentacji jest próbą rozstrzygnięcia, czy „palikotyzacja” publicznej debaty, „polityka pozorna”, czyli, jak twierdzi Paweł Śpiewak (2009), polityka oparta na atrakcyjnych medialnie „wydarzeniach wizerunkowych”, na kampaniach negatywnych i wzajemnym oskarżaniu się, jest charakterystyczna jedynie dla pierwszej dekady XXI wieku i czy sprawcą takiego stanu rzeczy jest faktycznie doskonale widoczny „medialnie”, inscenizujący atrakcyjne dla widza spektakle, poseł z Lublina. W poszukiwaniu odpowiedzi na to pytanie, przeanalizowane zostaną, oprócz wybranych wystąpień i wypowiedzi polityka PO, również strategie stosowane przez jego oponentów - polityków z kręgu Prawa i Sprawiedliwości. Spośród nich wybrano lidera partii, Jarosława Kaczyńskiego, prezydenta RP Lecha Kaczyńskiego oraz posła Marka Migalskiego. Bracia Kaczyńscy pojawiają się często w wypowiedziach posła Palikota, Marek Migalski zaś zdecydował, że podejmie się na swoim blogu polemiki z posłem PO i te fakty stanowią uzasadnienie wyboru.

Celem niniejszego artykułu jest także wykazanie elementów spójnych oraz pewnej konsekwencji w chaotycznych, jakby się wydawało, wystąpieniach i wypowiedziach Janusza Palikota.

1. Retoryka rytualnego chaosu

Autorzy opracowania *Rytualny chaos – studium dyskursu publicznego* (Czyżewski, Kowalski, Piotrowski 1997: 34-36) twierdzą, że dyskurs polityczny był niegdyś sporem, mającym na celu przekonanie przeciwnika. Jego tło stanowiły takie wartości, jak obiektywna racja, prawda czy dobro. Miał on zatem doprowadzić do porozumienia (*consensus*), a z trzech wskazanych przez Cicerona obowiązków mówcy na plan pierwszy wysuwało się przekonanie (*probare*), uzyskiwane zazwyczaj dzięki argumentom *ad fidem*. Taki dyskurs jednak uległ (w miarę rozwoju mediów, a zwłaszcza telewizyjnych gatunków publicystycznych) przemianom, prowadzącym m. in. do jego rytualizacji. Spór stał się czymś w rodzaju odgrywanego przez odbiorcę mediów spektaklu, w którym każdy

z uczestników wypowiada swoje kwestie niezależnie od argumentacji oponenta. Strony roszczą sobie prawo do jedynej słuszności i ostatecznej racji. Argumenty się zużyły, nie mają już mocy perswazyjnej, a zamiast sporu, jak twierdzą autorzy studium, doświadczamy „ekspresji tożsamości” – sytuacji, w której wszyscy już mają swoje racje i nie zamierzają zmieniać stanowiska. Zamiast porozumienia, przekonania przeciwnika, oponenti za cel stawiają sobie jedynie dotarcie do masowego audytorium. Chcą uzyskać bezkrytyczny odzew na hasło w miejsce krytycznej oceny argumentów. Spośród trzech wskazywanych przez Cyncerona obowiązków „mówcy” najistotniejsze stają się *delectare* oraz *flectere*, mające na celu wzbudzenie zainteresowania mediów, tak by za ich pośrednictwem dotrzeć do szerszego grona odbiorców i „poruszenie” odbiorców, co najłatwiej osiągnąć poprzez prowokację.

Organizując polityczne happeningi, podczas których rzuca na stół świński łeb lub wymachuje gumowym penisem, Janusz Palikot zabiega właśnie o dostęp do medialnej publiczności, a nie o przychyłność dla własnej argumentacji. Rzeczowymi argumentami, niezbędnymi do przekonywania przez udowadnianie swoich tez, posługuje się na sejmowej mównicy lub na swoim internetowym blogu (wydanym dwukrotnie w formie książki). Zdaniem Marka Czyżewskiego, tłem charakterystycznego dla współczesnego dyskursu politycznego „sporu” nie są już wartości, a „rytualny chaos”, względność, brak nadrzędnej wartości. Skoro nikt już nawet nie próbuje przekształcić *dissensus* w *consensus*, najważniejsza staje się uwaga mediów, a tę łatwo pozyskać dzięki spektakularnym działaniom.

Można zatem przypuszczać, że polityczni przeciwnicy Palikota nie prowadziliby rzeczowej dyskusji, nawet gdyby posługiwał się on wyłącznie argumentacją *ad rem*, pozbawioną ornamentyki retorycznej bądź erystycznej, ponieważ w tym właśnie tkwi istota rytualności współczesnej debaty politycznej. Politycy PiS twierdzą jednak inaczej – niechęć względem Palikota czy też próby skompromitowania go lub zdeprecjonowania tłumaczą niskim poziomem argumentacji oponenta.

Jeśli przyjmiemy za Guy Debordem (1999: 11), że żyjemy w społeczeństwie spektaklu - a, jak pisze Tomasz Olczyk (2009: 90) „wszystkie instytucje społeczne podlegają procesowi spektakularyzacji i wszystkie działania są podporządkowywane logice spektaklu towarowego” - wówczas przyjąć możemy, że również polityka, choć dotyczy rzeczy „poważnych”, może być prowadzona w stylu, jaki znaliśmy do tej pory z gatunków rozrywkowych. Olczyk (2009: 87), cytując

Thomasa Meyera (2002: 53), twierdzi, że polityka, konstruowana i kolonizowana przez media, zmienia się w „politrozrywkę” (*politainment*). To proces, którego nie da się zatrzymać i widać to doskonale w polskiej polityce, a zwłaszcza w prowadzonych za pośrednictwem mediów debatach. Warto w tym momencie zauważyć, że o teatralizacji i spektakularności mów i wystąpień publicznych pisał już Ciceron w *De oratore*, o czym wspomina Lawrence D. Green (2008). Zastanawiając się nad kategorią patosu, Ciceron postulował, by mówca odczuwał te same emocje, które chce wywołać u odbiorcy, tłumacząc to zarówno względami praktycznymi, jak i etycznymi oraz teatralnymi. Z praktycznego punktu widzenia, zdaniem Cicerona, wzbudzenie emocji, które czuje się samemu jest zwyczajnie prostsze, z etycznego – niepodzielanie tychże emocji, przekonywanie pozbawione wiary w słuszność własnego poglądu jest niemoralne, z teatralnego zaś – prowadzi do nadmiernej teatralizacji i w konsekwencji sposób wykonania mowy jest oceniany równoległe z argumentacją merytoryczną, a nierzadko bywa też tak, że nadmiernie teatralna forma przesłania treść.

Ratunkiem przed nadmierną teatralizacją wystąpienia jest zatem szczerość i wiara w słuszność sprawy. Czy jednak polityk, dążący do zbudowania swego wizerunku w świadomości audytorium, przekonuje wyłącznie za pomocą argumentów, w które wierzy i czy faktycznie odczuwa te same emocje, które pragnie wywołać u odbiorców swojego komunikatu? Jeśli przyjmiemy, że jest on *homo seriusus*, możemy oczekiwać od niego szczerości, jeśli jednak założymy, że polityk to *homo rhetoricus*, biegły w sztuce przekonywania, możemy się spodziewać, że nie wszystkie emocje i argumenty będą zgodne z jego rzeczywistymi przekonaniem, ponieważ nadrzędnym celem będzie tu spektakl, uwiedzenie publiczności.

2. *Homo seriusus* i *homo rhetoricus*

Stanley Fish (2008: 422), zastanawiając się nad antyretorycznymi *topoi* i odwiecznym konfliktem pomiędzy postulatami, dotyczącymi konieczności odnośnienia się do prawdy, a specyfiką retoryki, polegającą przecież na przekonywaniu za pomocą argumentów niekoniecznie prawdziwych, za to przekonujących i zgodnych z powszechnym mniemaniem, posługuje się terminami Richarda Lanhama: *homo seriusus* i *homo rhetoricus*. Pierwszy typ charakteryzuje się tym, że posiada centralne Ja, komunikuje fakty i pojęcia dotyczące natury i społeczeństwa – obiektywnie istniejącej rzeczywistości. To człowiek poważny. Z kolei

człowiek retoryczny jest aktorem, skoncentrowanym na „lokalnej sytuacji”, na grze „tu i teraz”. Zręcznie zmienia orientację, nie ma jednej struktury wartości, lecz przyjmuje bieżący paradygmat i wykorzystuje jego zasoby. Doskonale wie, jak manipulować rzeczywistością. Rzeczywistością zaś nie jest dla niego to, co obiektywne a to, co użyteczne (Lanham 1976: 4).

Postawy *homo seriosus* i *homo rhetoricus* wydają się wzajemnie wykluczać, jednak dla „człowieka retorycznego” „powaga” jest jedną z ról, w jakie można się wcielić, by osiągnąć swój cel, zatem postawa poważna to tylko jedna z retorycznych masek – *homo seriosus* to rola, w którą wciela się *homo rhetoricus*. Na tej opozycji, nierozwiązywalnym konflikcie pomiędzy „poważnym” a „retorycznym” postrzeganiu rzeczywistości, prawdy, ale również samego siebie oraz audytorium, opiera się polityczny spektakl. *Homo seriosus* uwodzi elektorat oczekujący „poważnego” podejścia do rzeczywistości i problemów związanych ze sprawowaniem władzy w państwie. *Homo rhetoricus* ma do dyspozycji nieco szersze spektrum działań, ponieważ może wcielać się w rozmaite role, dowolnie kształtować własną tożsamość i docierać do audytorium za pomocą odpowiednio wybranych i uporządkowanych argumentów. Może to być strategia „bohatera”, „człowieka wybranego”, „jednego z was” lub strategia „eksperta”, zbliżająca się do *homo seriosus* – ponieważ ekspert najczęściej posługuje się argumentami merytorycznymi, takimi jak liczby, wykresy, skomplikowane dane, mające najczęściej pełnić funkcje odwołania do autorytetu. Strategię eksperta wybrał np. Leszek Balcerowicz (któremu trudno było przekonać społeczeństwo do reformy finansów za pomocą rzeczowej argumentacji). Przyjmuje ją również często Janusz Palikot, który jest jednym z najbogatszych biznesmenów w kraju, co pozwala mu cieszyć się opinią autorytetu w sprawach gospodarczych. Jego rzeczowe argumenty są jednak nader rzadko cytowane przez media.

Warto tutaj wtrącić, iż przytoczone powyżej dylematy, związane ze schlebieniem „wulgarnym gustom”, były znane już starożytnym. Są widoczne m. in. w opozycji pomiędzy stanowiskiem Katona, który twierdził, iż skupiając się na dobru i prawdzie zawsze znajdziemy sposób na skuteczne przekonanie odbiorców oraz Gorgiasza, który uważał, że opanowanie technik skutecznej perswazji nie ma nic wspólnego z prawdą i moralnością. Starożytne spory do złudzenia przypominają refleksje współczesnych badaczy, zastanawiających się nad schlebieniem gustom audytorium, społeczeństwem spektaklu, pojęciem „rozrywka” łączonym z informacją czy polityką („inforozrywka” - *infotainment*, „politrozrywka” - *politainment*) i dostosowywaniem się do wymagań, stawianych przez

wydawców i właścicieli koncernów medialnych. Dylemat dotyczy tak naprawdę pytania o słuszność postawy pragmatycznej, dlatego Fish, omawiając strategię: poważną i retoryczną, cytuje jako podsumowanie Richarda Rorty'ego:

„Jest to różnica pomiędzy uznaniem prawdy, dobra i piękna jako odwiecznych przedmiotów, które staramy się umiejscowić i ujawnić, a uznaniem ich za sztuczne twory, których zasadniczą koncepcję często musimy zmieniać”. (Rorty 1998: 135).

Być może zatem obawy, głoszone m. in. przez Neila Postmana (2002), o kondycję społeczeństwa, które, zaślepione rozrywką, oddala od siebie pytania o naturę rzeczy i o prawdę, są nieco przesadzone, ponieważ społeczeństwo funkcjonuje we względnej równowadze od wieków, a znajomość „prawdy” nie jest mu potrzebna, by przetrwać i rozwijać się.

3. Strategia błazna

Opozycję pomiędzy człowiekiem poważnym a retorycznym łatwo zilustrować, analizując strategie argumentacyjne „błazna polskiej areny politycznej” – Janusza Palikota oraz polityków Prawa i Sprawiedliwości. Zarówno poseł PO, jak i posłowie PiS występują w pewnych rolach. Łączącym je elementem jest retoryczna argumentacja używana zarówno w wystąpieniach, jak i wypowiedziach. Politycy mają wszak podobne cele: chcą sprawić, by odbiorca uwierzył w głoszone przez nich tezy. Różnią się natomiast tym, iż poseł Palikot otwarcie i dość konsekwentnie wciela się w rolę błazna, manifestując swą retoryczność, prowokuje tą retorycznością, natomiast politycy z kręgów PiS starają się za wszelką cenę retoryczność swą zamaskować, ukryć ją, wcielając się w rolę *homo seriusus*. Retoryczność natomiast często deprecjonują, nazywając ją manipulacją specjalistów od public relations. Wydaje się, iż poseł Platformy zdaje sobie sprawę z tego, że najłatwiejszym sposobem przyciągnięcia uwagi mediów i opinii publicznej jest spektakl i rozrywka, natomiast politycy z kręgu Prawa i Sprawiedliwości, dystansują się od rozrywki – o czym może świadczyć już sama nazwa ugrupowania, odwołująca się do najwyższych wartości.

Przyjrzyjmy się zatem „poważnej” argumentacji stosowanej przez premiera Jarosława Kaczyńskiego. Na wystąpieniu w gdańskiej stoczni 1 października 2006 roku, oprócz słów: „My jesteśmy tu gdzie wtedy. Oni tam, gdzie stało ZOMO” (skrzydlate słowa zapadają w pamięć, dzięki wykorzystaniu *chiasmu*),

świadczących o realizowaniu przez byłego premiera strategii komunikacyjnej opartej o retorykę, nazwaną przez Michała Głowińskiego (2009: 237) „retoryką nienawiści”, padły też następujące sformułowania:

„Nam niepotrzebne są ostre słowa, nam potrzebna jest prawda. To prawda przemawia za nami. I właśnie ci boją się prawdy, boją się tej prawdy, która jest wszystkim znana, ale która słabo funkcjonowała dotąd w obiegu publicznym i boją się jeszcze bardziej tej prawdy, która dotąd była ukryta, a którą my tak, powtarzam to z całym zdecydowaniem, chcemy ujawnić, bo Polacy mają prawo do prawdy”.

W tak krótkim fragmencie wyraz „prawda” powtarza się aż 6 razy. Nagromadzenie to ma wzmocnić u odbiorcy wrażenie, że politycy PiS („my”), odwołując się do prawdziwych, najwyższych wartości, co jest charakterystyczne dla postawy „poważnej”. Pojawiają się też „oni” – nie przeciwnicy, nie partnerzy w dialogu o przyszłość państwa, a wróg. Wróg zaś jest, jak twierdzi Głowiński, kimś, z kim się nie dyskutuje. Wroga się jedynie zwalcza.

Rok później, na konwencji PiS Kaczyński wyraził się w sposób następujący:

„Nasi przeciwnicy mają wielkie siły i mają jedną potężną broń. Tą bronią jest kłamstwo. Kłamstwo, kłamstwo i jeszcze raz kłamstwo. Ale nasi przeciwnicy nie doceniają Polaków, nie doceniają mądrości naszego narodu”. (Gazeta)

Tutaj z kolei aż czterokrotnie pojawia się „kłamstwo”. Autor wykorzystał anadiplozę, by podkreślić wagę wypowiedzianych słów. Opozycja została tu co prawda określona mianem „naszego przeciwnika”, jednak przypisywanie jej antywartości, takich jak kłamstwo, świadczy o tym, że w oczach autora tych słów przeciwnik jest tożsamy z wrogiem. Celem wystąpienia, adresowanego nie do przeciwnika, a do audytorium, jest kompromitacja opozycji. Kaczyński próbuje ponadto pozyskać sympatię audytorium, schlebiając mu. Nałożona przez lidera PiS maska homo seriusus jest zręcznym wykorzystaniem retoryki nienawiści, w której mówca posługuje się dychotomicznym podziałem na „my” – reprezentujący prawdziwe wartości i „oni” – wartości pozbawieni, określane pogardliwie jako „rządy PR”, twór skonstruowany przez specjalistów od manipulacji i skutecznej komunikacji, czyli – retoryki. O retoryce nienawiści Głowiński mówi, iż jest to retoryka racji bezwzględnych. Nie podlega dyskusji, komentarzom, nie ma w niej miejsca na perswazję, debatę i refleksje. Zauważa, że bardzo rzadko

wykorzystuje ją opozycja. To raczej ci, którzy są u władzy, próbują skompromitować i poniżyć opozycję, stosując pogardliwe określenia (erystyczny sposób dwunasty u Schopenhauera).

4. Polska debata polityczna

Debata polityczna jest ściśle uzależniona od mediów. Zmienia się wraz z pojawianiem się nowych narzędzi komunikacji. Istotnych przesunięć dokonał w tym obszarze blog. W założeniach jest to rodzaj dyskursu potocznego (prywatnego), jednak w praktyce blog – pamiętnik publikowany w sieci, a zwłaszcza blog polityka, to jedno z najprostszych narzędzi komunikacji z mediami. Może tego dowieść fakt, iż blog Janusza Palikota *Poletko pana P.* był cytowany dziesiątki razy przez czołowe polskie gazety codzienne. Innym poczytnym i chętnie cytowanym przez media był blog Marka Migalskiego, posła PiS. Fragmenty, które przeniknęły do mediów to elementy polemiki Migalskiego z Palikotem.

Piotrowski, Czyżewski i Kowalski (1997) wyróżniają trzy typy dyskursu: polityki, polityczny i publiczny. Dyskurs polityczny obejmuje publiczne wypowiedzi polityków, wypowiedziane poza właściwym kontekstem sprawowania władzy. To także wypowiedzi na tematy polityczne osób nie będących politykami. Dyskurs polityki zaś to wypowiedzi polityków w ramach ról przypisanych im w obrębie instytucji politycznych. Jest związany z rolami i funkcjami politycznymi. Dyskurs publiczny to pojęcie najszersze, obejmujące zbiór instytucjonalnych dyskursów na różne tematy. W opozycji do dyskursu publicznego stoi dyskurs potoczny, czyli nieinstytucjonalny, trudno jednak wyznaczyć granicę pomiędzy obydwooma typami dyskursu (Piotrowski, Kowalski, Czyżewski 1997: 11-13). W swoim blogu Palikot pisze zarówno o sprawach wagi państwowej, jak i o łowieniu ryb czy dobieraniu wina do potraw. Jest to melanz dyskursu politycznego i potocznego (czasami też popularnonaukowego, ponieważ poseł publikuje także swe impresje filozoficzne), jednak fakt upubliczniania tych przemyśleń (i dodatkowo wydawania ich w formie książki) pozwala na umieszczenie bloga w sferze dyskursu publicznego. To bardzo specyficzne narzędzie komunikacji, dające autorowi pełną kontrolę nad kreowaniem własnego wizerunku, pozwalające przewidzieć, które wypowiedzi będą cieszyć się zainteresowaniem czytelników, a zatem w konsekwencji – umożliwiające przemyślane dostosowywanie zawartości do oczekiwań audytorium. Umiejętne prowadzenie bloga częściowo uwalnia polityka od konieczności zwracania na siebie uwagi mediów. Zamieszczane

tam wypowiedzi są na tyle ważne lub – częściej – kontrowersyjne, że media same decydują się na ich rozpowszechnianie. Blog wydaje się też jednym z narzędzi typowych dla „rytualnego chaosu”. Jest formą autoprezentacji, może też służyć strategii uwodzenia czytelnika, stanowić próbę pozyskania jego zaufania (Czyżewski 1997: 35).

Ponadto pamiętać należy, że w czasach łatwego dostępu do technologii to, co prywatne, bardzo często staje się publiczne, nawet jeśli nie zostało upublicznione np. na blogu. Boleśnie przekonał się m. in. Józef Oleksy, kiedy jego słowa wygłoszone na prywatnym przyjęciu u Aleksandra Gudzowatego zaczęły cytować wszystkie polskie media.

Często słyszy się głosy mówiące o „obniżaniu standardów debaty”. O tym, że odpowiedzialność za ten stan rzeczy spoczywa w dużym stopniu na barkach Janusza Palikota są przekonani zarówno posłowie PiS, jak i PO oraz niektórzy dziennikarze. Hanna Gronkiewicz-Waltz w radiowej audycji ostro skrytykowała partyjnego kolegę, oskarżając go właśnie o obniżanie standardów dyskusji. Podobnie dziennikarka Gazety Wyborczej Dominika Wielowieyska (2010) nazywa „skandalicznym zachowaniem” „seksualną lustrację” posła Palikota. Warto się na moment zatrzymać przy tej opinii, opublikowanej na łamach *Gazety Wyborczej*. Autorka pisze:

„Zakłamaną jest przede wszystkim Janusz Palikot. Ćwierka, że nie ma nic przeciwko homoseksualizmowi, ale jednocześnie gra na niechęci ludzi do homoseksualistów. Bo o czym marzy tropiciel orientacji seksualnej Ziobry? By go skompromitować.” (Wielowieyska 2010).

Jeśli przyjmiemy, że Palikot to *homo rhetoricus*, nie rozpatrzmy jego wypowiedzi w kategoriach prawdy lub fałszu i nie będziemy oczekiwali, że to co mówi, koresponduje z jego rzeczywistymi przekonaniami. Osoba tolerancyjna dla odmienności seksualnej, może wykorzystywać argumentację zgodną z przekonaniami audytorium, a nie z własnymi po to, by osiągnąć swój cel.

Michał Głowiński (2009: 247) tymczasem stwierdza, że przejawem obniżenia poziomu dyskursu politycznego w dzisiejszej Polsce jest stosowana przez Prawo i Sprawiedliwość, a wcześniej przez władze PRL, retoryka nienawiści. Po przyjrzeniu się zabiegom stosowanym przez Janusza Palikota, można stwierdzić, że część jego zachowań stanowi implicite właśnie próbę oskarżenia środowiska PiS o... obniżanie standardów politycznej debaty w Polsce. Nadrzędnym

jednak celem wydaje się zabieganie o zainteresowanie mediów, prowokowanie i drażnienie politycznych przeciwników. Gdyby zatem klasyfikować wystąpienia Palikota, musielibyśmy zaliczyć je do retorycznego rodzaju pokazowego (czy też pochwalnego). Osobą, którą audytorium powinno chwalić, jest sam autor słów – co jest typowe dla „spektaklu autopromocji” obecnego w polskiej polityce. Można oczywiście wskazać również na elementy rodzaju sądowego w wystąpieniach Palikota. Najczęściej ocenianymi są oczywiście posłowie PiS (i to ich najczęściej Palikot próbuje zdeprecjonować i skompromitować, stosując erystyczne chwytły), choć nie tylko. Poniższy fragment bloga, dotyczący filmu o generale Jaruzelskim, jest oceną – zarówno filmu, jak i środowiska polskiej lewicy oraz – pośrednio – oczywiście PiS:

„Ostateczną ocenę Generała wolę dziś zostawić historykom, gdyż nie jest to sprawa dla mnie obecnie paląca. A jednak nie, taka czy inna, ocena pierwszego prezydenta Polski PO 89 roku jest w tej kwestii aktualnie interesująca. Kluczem jest gładkość z jaką lewica zaakceptowała fakt, że współnik SLD w mediach publicznych – PiS – opluł, tym filmem „Towarzysz General”, jednego z bohaterów tej formacji. Można powiedzieć opluł mit założycielski SLD. Bo przecież legitymizacja do funkcjonowania w systemie demokratycznym czerpana była właśnie z tego faktu, że Jaruzelski, zdaniem liderów lewicy, wybrał mniejsze zło. A wyemitowany film jednoznacznie to kwestionuje. I nic! Żadnej reakcji, żadnego zerwania koalicji, żadnego straszenia zerwaniem!” (Palikot, 2009)

Pojawia się też rodzaj doradczy, w obu wariantach – kiedy audytorium jest do czegoś nakłaniane lub przeciwnie – odradza mu się pewne rozwiązania. Dotyczy to głównie propozycji nowych ustaw – to nieco mniej widoczny medialnie nurt dyskursu politycznego autorstwa Janusza Palikota. Oto przykład takich postulatów:

„Jak tę sprawę załatwić? Przepchnąć wreszcie projekt zmiany ustawy kominowej, nad którą prace stoją w miejscu od kilkunastu miesięcy. Nikt - nawet posłowie PO, członkowie komisji skarbu państwa - nie chce twardo powiedzieć: uwolnijmy płace menedżerów, dajmy im zadania, oczekujmy wyników, rozliczajmy ich, kontrolujmy - ale też pozwólmy im zarabiać. Wówczas wyniki spółek państwowych będą coraz lepsze, rząd (każdy rząd, także ten, który stworzy PO!) skorzysta z prawa poboru dywidendy i wzbogaci budżet państwa, a do firm trafić będą wreszcie najlepsi menedżerowie.” (Palikot, 2007).

5. Argumentacja *a fortiori*

Część zachowań kontrowersyjnego posła wymyka się racjonalnej analizie. Należą do nich np. sugestie jakoby jeden z posłów opozycji był homoseksualistą, a prezydent państwa z kolei – alkoholikiem. Erystyczna argumentacja *ad personam* nie wydaje się służyć niczemu, poza skompromitowaniem przeciwnika. Niektóre zachowania, jak wykorzystywanie niecodziennych rekwizytów, można uznać za chwyt, mające rozbawić publiczność i w ten sposób ją pozyskać. To erystyczny sposób 28 u Schopenhauera oraz argumentacja *ad auditores* – element spektaklu na miarę współczesnej polityki.

Lektura *Poletka pana P.* utwierdza nas w przekonaniu, iż Janusz Palikot jest biegły w retorycznych „wprawkach” (*progymnasmata*), wykorzystuje bowiem chętnie chwyt, jak: *fabula*, naśladując bajki zwierzęce, ezopowe, funkcjonujące jako argumentacja zaczerpnięta z ludowej mądrości (np. humorystyczna opowieść „Borsuk znowu wyszedł z nory”, traktująca o liderze PiS); *chreia*, czyli anegdota o pozorach autentyczności, dotycząca najczęściej znanej postaci (np. opowieści o alkoholizmie, preferencjach seksualnych polityków), *historia*, czyli opowieść dotycząca zdarzeń rzeczywistych – co jest zrozumiałe, gdyż blog to przecież pamiętnik. Pojawiają się także pochwały (*encomium*), jak choćby opowieść o pierwszym spotkaniu autora z liderem Platformy Obywatelskiej:

„Wyszedłem z tego spotkania zauroczony. Z wielu powodów. Byłem pod wrażeniem jego dowcipu, lekkości, skromności i charme’u. Ale przede wszystkim z powodu... jego nosa! Donald Tusk zna się na winach! Ma nosa! Odróżnia nie tylko dobre i złe, co wbrew pozorom, nie jest łatwe ale opisuje bukiet, chwytą niuansę leżakowania i trafia w sedno, jeśli chodzi o pochodzenie. To w Polsce całkowita rzadkość, a w polityce poza nim prawie nie występuje”. (Palikot, 2007)

Palikot posługuje się także sentencją („PO powinna bronić ludzi z SLD, ge-jów i Żydów”), nader często ironią (tutaj przykłady można mnożyć). Opisane powyżej zabiegi retoryczne świadczą o dobrym przygotowaniu retorycznym posła. Retoryki tej nie można jednoznacznie zakwalifikować do żadnego z trzech rodzajów: doradczego, sądowego lub pokazowego, gdyż w każdym z wpisów pojawiają się i na plan pierwszy wysuwa się inna argumentacja. Blog jest komentarzem do rzeczywistości, zatem autor realizuje za jego pomocą różne cele: doradza, odradza, ocenia, krytykuje, chwali itd. Jednak nadrzędny cel pisania

bloga, określony dość dobitnie przez autora, świadczy o przyjętej roli błazna czy też irytującego enfant terrible polskiej polityki, świadczyłby o dominacji funkcji pokazowej:

„Och, jak ja lubię wyprowadzać Was z równowagi! Jak mi się brzuch trzęsie ze śmiechu i łzy płyną po policzkach, gdy czytam Wasze oburzone komentarze. Gdy ruszacie do boju z epitetami, pouczeniami i moralnymi, estetycznymi osądami. (...) Jest we mnie takie gombrowiczowskie przekonanie, że człowiek wytrącony z równowagi ciekawszy jest i przede wszystkim żywy. Egzystencja wychodzi z Was i galopuje przez chwilę. Jeden jednak jest warunek: to musi być serio!” (Palikot, 2007)

W świetle powyższych słów jasnym staje się, że nadrzędnym celem polityka jest prowokacja, wywołanie oburzenia – zatem nie *probare* czy *delectare*, a charakterystyczne dla osoby chcącej zwrócić uwagę na siebie i swoje poglądy *flectere*. Trzeba jednak wyraźnie tutaj zaznaczyć, że we współczesnej polityce nikt nie przestrzega zasady decorum i nie stara się, jak mówił Ciceron: „powiedzieć prosto o czymś zwykłym, wzniośle o wielkim, w sposób umiarkowany o czymś pośrednim” (Obremski 2004: 31). Podobnie jak w reklamie, która ma kilkanaście sekund na przyciągnięcie uwagi audytorium, tak i w polityce style miesza się w dowolny sposób, byle tylko osiągnąć zamierzony cel.

Można jednak w niektórych zachowaniach Janusza Palikota odnaleźć elementy wspólne, co może sugerować, że poza prowokacją i autoprezentacją ma on jeszcze inne cele. To pewna spójność, która wydaje się w obranej przez niego strategii najciekawsza. Otóż często sięga on po pomysły wykorzystane już wcześniej przez przeciwnika i doprowadza je do granic absurdu, w myśl zasady: „X jest podobne do Y lub Y jest mniej akceptowalne niż X. Skoro oburzacie się na X, dlaczego wcześniej robiliście Y?”, przy czym X to zachowanie lub wypowiedź Palikota, zaś Y to zachowanie lub wypowiedź polityka z kręgu Prawa i Sprawiedliwości. Jest to charakterystyczna dla rodzaju sądowego argumentacja *a simili* oraz *a fortiori*. Zobaczmy jak ona przebiega – poniższa tabela przedstawia działania polityków PiS i następujące po nich zachowania lub wystąpienia Janusza Palikota:

PiS/ prezydent RP	Janusz Palikot
Wynajęcie przez prezydenta RP willi w Klarysewie liderowi PiS, by ten mógł tam opracować program partii.	Pomysł wynajęcia willi w Klarysewie na konferencję naukową. Odmowa.

Stwierdzenie: „sprostytuowani prawnicy”	Stwierdzenie: „sprostytuowana posłanka”
Stwierdzenia: „przypominają morderców księdza Popiełuszki”, „przypominają stalinowską „Trybunę Ludu”, „stali tam, gdzie stało ZOMO”, „teczka prezydenta jest w Moskwie”	Happening w Puławach z odczytem marksizującej pracy doktorskiej Lecha Kaczyńskiego
Alkohol w gabinecie prezydenta	Publiczne picie alkoholu na ulicach Lublina

Przyjrzyjmy się teraz bliżej przedstawionym w tabeli reakcjom Palikota na wcześniejsze zachowania lub słowa polityków PiS.

Janusz Palikot, jak możemy się domyślać, uważał za niewłaściwe, by lider jakiegokolwiek partii otrzymał zgodę na wynajęcie prezydenckiej rezydencji do celów politycznych „na komercyjnych zasadach”. Kiedy dowiedział się, że willę może wynająć każdy, złożył swoją ofertę. Nieuzasadnioną odmowę uznał za pogwałcenie reguł demokracji. Argumentacja (oparta na schemacie rozumowania: *Każdy może wynająć rezydencję. Jarosław Kaczyński może wynająć rezydencję. Zatem także Janusz Palikot może wynająć rezydencję*) przebiega tu następująco: „Skoro Jarosław Kaczyński może wynająć od prezydenta willę, dlaczego nie może tego zrobić Janusz Palikot?”. Odpowiedź na to pytanie jest jedynie zasugerowana: nie każdy może wykorzystać dobro państwowe dla celów partyjnych, a w PiS rządzą układy – tak bardzo przez tę partię potępiane.

Stwierdzenie dotyczące politycznej prostytucji Grażyny Gęsiczkiej padło z ust Janusza Palikota po tym, jak posłanka PiS przedstawiła zmanipulowane dane, dotyczące wykorzystywania funduszy unijnych. Rozpętała się medialna burza, jednak to nie poseł Palikot jako pierwszy użył podobnego epitetu, tylko lider Prawa i Sprawiedliwości na sejmowej mównicy, odnosząc się do „sprostytuowanych prawników”. Inne skrzydlate słowa padły z ust brata lidera PiS, prezydenta Lecha Kaczyńskiego i były w takim samym stopniu obraźliwe. To słynna „małpa w czerwonym” (o dziennikarce TVN) czy wielokrotnie wykorzystywany przez politycznych przeciwników Prawa i Sprawiedliwości zwrot „Spieprzaj, dziadu!”. Lech Kaczyński tłumaczył wówczas na łamach „Rzeczpospolitej” (6 XI 2002), że bronił swojej godności w bardzo łagodny, jak na praską ulicę, sposób. Można znów zadać pytanie – dlaczego poseł PO nie może używać wulgaryzmów, a prezydent może?

Podobny cel – użycie argumentacji *a fortiori* po to by obnażyć niedoskonałości opozycji – przyświecał Januszowi Palikotowi, kiedy zdecydował się na zorganizowanie happeningu, podczas którego aktorzy wystylizowani na Marksa, Engelsa i Lenina odczytywali marksizujące fragmenty pracy doktorskiej

prezydenta. Działanie to, jak można się domyślać, interpretując je jako retoryczną argumentację, miało na celu ukazanie pokrewieństw pomiędzy piętnowaną przez PiS i prezydenta postawą „postkomunisty” a naukowym rodowodem prezydenta. Zdaniem Palikota, Kaczyński był marksistą, a radykalizm w zwalczaniu postkomunizmu wynika właśnie ze związku braci Kaczyńskich z PRL. To oczywiście jedynie opinia organizatora happeningu, ale biorąc pod uwagę wykorzystywaną przez PiS retorykę nienawiści, porównywanie polityków opozycji do morderców księdza Popiełuszki, do ZOMO, zarzucanie prezydentowi Kwaśniewskiemu, że posiada „teczki w Moskwie”, trudno przeoczyć podobieństwa w sposobie komunikacji. Argumentacja *a fortiori*, oparta na rozumowaniu: „Skoro nie można być uczciwym, będąc byłym komunistą, to nie można też być uczciwym pisząc pracę doktorską w oparciu o teorię Karola Marksa”, możemy też odczytać w kategoriach erystycznych, jako wykorzystanie argumentacji *ad hominem*: „Jak można piętnować opozycję i nazywać ją postkomunistami, skoro samemu pisało się marksizującą pracę?”. To kolejne pytanie niezadane wprost, a jedynie zasugerowane.

Podobną argumentacją Janusz Palikot posłużył się po raz kolejny w kwietniu 2009 roku, kiedy to publicznie, podczas konferencji prasowej, pił alkohol z małych buteleczek na ulicach Lublina. Była to reakcja na informacje, jakoby kancelaria prezydenta zakupiła setki podobnych buteleczek z alkoholem. Argumentacja *a fortiori*, a konkretnie jej odmiana *a maiori ad minus*, przebiega tutaj w sposób następujący: „Skoro wolno prezydentowi kupować na koszt państwa duże ilości alkoholu na wyposażenie kancelarii, to tym bardziej wolno wypić po jednej takiej buteleczce na ulicy”.

„Alkoholowych incydentów” w sporze polityka PO z PiS było więcej. Reakcją na konsekwentnie powtarzające się na blogu sugestie, że prezydent cierpi na chorobę alkoholową, był gest Pawła Poncyliusza, który podarował Palikotowi kosz tanich win owocowych. „Czymś uwłaczającym byłoby wchodzić w polemikę z tym producentem tanich win owocowych” – wyraził się wcześniej polityk Prawa i Sprawiedliwości, Joachim Brudziński, stosując charakterystyczną dla tego ugrupowania taktykę odwoływania się do wartości takich jak godność czy honor. Uwłacza się właśnie godności, wdając się „w dyskusję na poziomie szamba”. Wybór spośród wielu określeń denotujących biznesmena właśnie określenia „producent tanich win owocowych” to kolejny przykład wykorzystania erystycznego sposobu dwunastego u Schopenhauera.

6. Pytanie o standardy debaty politycznej

Skoro Janusz Palikot oskarżany jest o obniżanie standardów debaty, można się spodziewać, że partia, posługująca się retoryką najwyższych wartości, będzie konsekwentna i nie pozwoli na „sprowadzenie dyskusji do poziomu szamba”. Strategię taką stosuje Lech Kaczyński, ucinając wszelką dyskusję, jednocześnie jednak stara się zdeprecjonować wroga, stosując erystyczną argumentację *ad personam*. „To jest wypowiedź pana posła klauna” – tak prezydent skomentował w radiowej audycji jeden z obrażających go wpisów na blogu Palikota. Rozwinął następnie myśl, powołując się, w sposób charakterystyczny dla strategii *homo seriusus*, na pewne normy i powinności: „Mówię ‘klauna’, bo przypomnijmy różne występy pana Palikota, których tak dokładnie mi opisywać nie wypada jako głowie państwa”.

Nieco mniej elegancką strategię obrali inni deputowani z Prawa i Sprawiedliwości, decydując się na polemikę, opartą na obrażaniu i jawnym oskarżaniu posła PO. Trzeba przyznać, że brakło im charakterystycznej dla Palikota dosadnej finezji. Przykładem może być polemika Marka Migalskiego na blogu. Polityk PiS w reakcji na zakwalifikowanie dwóch posłanek do grona mężczyzn pisze:

„Na miejscu mężów obu pań dałbym Palikotowi po prostu po pysku. Właśnie tak - przaśnie i po staropolsku, jak biło się drzewiej chama. Bo przecież poseł z Lublina nie ma zdolności honorowych i nie wypadałoby się z nim umawiać na pojedynek. Pojedynekują się wszak dżentelmeni, a wulgarnego i sprośnego wesółka winno się walić na odlew po ryju”. (Migalski, 2009)

Obserwujemy tutaj typowe dla posłów PiS odwoływanie się do norm i powinności, a także do tradycji („jak biło się drzewiej chama”), oprócz tego argumenty *ad personam*, mające zdeprecjonować Palikota. Migalski przyjmuje jako rzecz oczywistą brak „zdolności honorowych” posła PO, posługując się presupozycją. W dalszym ciągu tego wywodu atakuje już nie tylko polityka, ale również stara się ubliżyć żeńskiej części elektoratu PO. Co paradoksalne – czyni to w imię „podniesienia poziomu debaty publicznej”:

„W ostatnich wyborach parlamentarnych na Platformę oddało głos około 3,5 miliona kobiet. Bezwzględne prawa statystyki mówią, że musi się w tej masie znaleźć choć jedna odważna, której Palikot wyda się nieodrażający. Wzywam więc do poświęcenia się dla kraju i związania się z nim. Poseł z Lublina wygląda na takiego, co to nie

odmawia. A tego typu rozwiązanie ulżyłoby i jemu i nam. Podniesienie poziomu debaty publicznej wymaga poświęceń! Ja swoje już zrobiłem, bo poświęciłem Palikotowi pół godziny. Czas na ofiarę ze strony elektoratu PO". (Migalski, 2009)

Oprócz typowej dla polityków PiS argumentacji *ad personam*, Migalski posługuje się również ironią oraz pozornie naukowym dowodzeniem, powołując się na statystykę. Poświęcenie czasu posłowi Palikotowi, który – w domyśle – niewart jest jakiegokolwiek dyskusji, autor bloga nazywa ofiarą, którą należy złożyć, by uzdrowić polską debatę publiczną.

Sam Palikot jest wdzięczny Migalskiemu za to, że postanowił podjąć się misji „oczyszczania polityki z Palikota” i mówi na łamach jednego z dzienników:

„Migalski podnosi ostatnio moje znaczenie, za co mu dzięki. Mam wrażenie jednak, że on traktuje to wszystko bardzo serio, to jest takie bardzo PiS-owskie, bez zaprawy, dystansu, i do siebie, i do swoich przeciwników. (...) Ale i tak się cieszę, bo tak czy inaczej jego działania będą powodować moją obecność, a nie ma nic cenniejszego jak obecność”. (Wojciechowska, 2009)

Wypowiedzi w tym wywiadzie prasowym są cenne dlatego, że zwracają uwagę na kulisy politycznego sporu. Palikot wspomina o najcenniejszej wartości w dyskursie politycznym: „obecności” w przestrzeni publicznej, w mediach. Mówi też o „lansowaniu się” Migalskiego i „przyklejaniu do popularności Palikota”, stosując kryteria marketingowe – wspomina o celu, jakim jest dla Migalskiego podniesienie rozpoznawalności jego osoby z poziomu 15% do 30-40%. Są to kategorie nieznane starożytnej retoryce, nieznane debacie na „wysokim poziomie”, ponieważ taka debata nie musiała przebijać się przez informacyjny szum w mediach, a mówca nie mierzył swojej rozpoznawalności w procentach.

Palikot zwraca też uwagę na charakterystyczne dla tego ugrupowania tendencję do traktowania polityki z nadmierną serio. Nie próbuje jednak atakować swego oponenta. Nazywa go jedynie „wdzięcznym adwersarzem”. Migalski z kolei wykorzystuje antonomazję i mianuje Palikota Bennym Hillem, zaś inny poseł PiS, Ryszard Czarnecki, określa go mianem „zniewieściałego chojraka z Biłgoraja” (w opozycji do „prawdziwych facetów z PiS”) i ocenia za pomocą niewyszukanych środków, używając potocznych sformułowań, tak że pomimo wykorzystania ornamentów w postaci metafory i synekdochy, wypowiedź brzmi wulgarnie: „Palikotowi zmięknie rura, przebiera się w fatałaszki, a powinien

w kaftan. Jego miejscem jest budynek w Warszawie, ale bez klamek wewnątrz”. Pierwsze zdanie poseł sformułował bardzo dosadnie, drugie z kolei ma wymowę nieco złagodzoną dzięki wykorzystaniu eufemizmu „budynek bez klamek” w opozycji do „budyńku w Warszawie”, czyli sejmu.

7. Wnioski

Podsumowując przytoczone powyżej wypowiedzi oponentów Janusza Palikota, wypowiadających się bardzo serio o rzeczywistości, stosujących strategię *homo seriosus* – poważnego męża stanu, któremu nie przystoi polemika z nadwornym błaznem koalicji rządzącej możemy stwierdzić, iż wykorzystują oni chwyt retoryczny równie często jak poseł Platformy Obywatelskiej. Można przypuszczać, że argumentacja posłów Prawa i Sprawiedliwości, świadcząca o oburzeniu zachowaniem Janusza Palikota, raczej nie przysłuży się polskiej debacie politycznej, ponieważ stosowane przez nich zabiegi z całą pewnością obniżają jej standard.

Z powyższej analizy wynika, że pomimo odmiennych ról, jakie odgrywają przed różnymi grupami publiczności – członkami własnego ugrupowania i partii koalicji, członkami ugrupowań opozycyjnych, elektoratem, przeciwnikami, mediami oraz niezaangażowaną publicznością, politycy stosują bardzo zbliżoną argumentację, podobne zabiegi retoryczne i erystyczne. Co różni Palikota od polityków z PiS? Największą odmienność widać w samym jego stosunku do polityków opozycji. Otóż Palikot rzadko odpowiada na zaczepki, mimo iż bywa prowokowany. Nie powołuje się na normy, nie wspomina o tym, co wypada, co nie, a po prostu pewnych rzeczy, które uznaje za niekorzystne dla swego wizerunku, nie robi. Nie polemizuje z obraźliwymi wypowiedziami na blogu Marka Migalskiego, nie doprowadza do dialogu, jedynie ironicznie wyraża swą wdzięczność za dodatkową popularyzację własnych wypowiedzi. Politycy Prawa i Sprawiedliwości z kolei, na czele z liderem ugrupowania podkreślają chętnie, że nie wypada polemizować z Palikotem, że co najwyżej można mu „dać po pysku”. Dają się sprowokować, w przeciwieństwie do Palikota.

Obie strony są w takim samym stopniu *retoryczne* i w podobnie niewielkim stopniu *poważne*. Palikot sam wyjaśnia motywy swojego postępowania w wywiadzie, którego fragmenty zacytowano powyżej. Jego wypowiedzi świadczą o tym, iż ma on świadomość roli mediów w kreowaniu wizerunku polityka i polityki. Doskonale wie, jak sprowokować media, jak przyciągnąć ich uwagę

w odpowiednim momencie i kiedy rozpocząć spektakl. Wie również, jakie znaczenie ma marketing polityczny. Zna także mechanizmy rządzące opinią publiczną, mówi: „Ja zawsze sprowokuję jakąś sytuację i nie da się tego przemilczeć”. Wykorzystuje internetowy blog jako narzędzie politycznych *media relations* z niespotykaną wcześniej w polskim dyskursie politycznym skutecznością. Wypowiedzi z jego bloga cytują większość mediów, polemizuje z nimi głowa państwa.

W postępowaniu Janusza Palikota ponadto udaje się odnaleźć pewną prawidłowość, polegającą na stosowaniu argumentacji właściwej rodzajowi sądowemu, by demaskować nieprawidłowości. Prawidłowość ta może świadczyć o tym, iż spektakl Janusza Palikota nie jest jedynie spektaklem autoprezentacji. To raczej próba przewrotnego zwrócenia uwagi na absurdy polskiej polityki, próba wytknięcia błędów politycznym przeciwnikom.

Trudno rozstrzygnąć, kto tak naprawdę obniżył standardy debaty publicznej. Czy politycy używający potocznego języka, wykorzystujący obrazowe *exempla*, populistyczne argumenty i spektakularne narzędzia promocji własnej osoby i swego stanowiska, czy – jak chce Głowiński – politycy posługujący się retoryką nienawiści, szukający słabych punktów przeciwników, atakujący i kompromitujący. W świetle powyższej analizy wydaje się, że to jednak poseł Palikot używa broni swych przeciwników, by ich ośmieszyć.

Być może należałoby postawić inne pytanie, na które odpowiedź nie mieści się w obszarze zainteresowań tejże pracy. Czy strategia *homo seriosus* nie byłaby skuteczniejszym narzędziem przekonywania? Być może rzetelne demaskowanie nieprawidłowości oraz zadanie pytań wprost, bez spektaklu niezrozumiałego dla mas, pozwoliłyby na uzdrowienie polskiej debaty politycznej?

Bibliografia

- Czyżewski, M., Kowalski, S., Piotrowski A. (1997) *Rytualny chaos - studium dyskursu publicznego*. Kraków. Aureus.
- Fish, S. (2008) *Interpretacja, retoryka, polityka*. Kraków. Universitas.
- Głowiński, M. (2009) *Nowomowa i ciągi dalsze*. Kraków. Universitas.
- Green, L. D. (2006) „Pathos”. W: T. O. Sloane (red). *Encyclopedia of Rhetoric*. (e-reference edition). Oxford University Press. Digital Reference Shelf - Trial Access. 18 February 2010 <http://www.oxford-rhetoric.com/entry.html?entry=t223.e178>
- Meyer, T. (2002) *Media democracy: How the media colonise politics*. Cambridge. Polity Press.

- Migalski, M. <http://migalski.blog.onet.pl/>
- Olczyk, T. (2009) *Politrozrywka i popperswazja. Reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku*. Warszawa. WAiP.
- Palikot, J. *Poletko pana P.* <http://palikot.blog.onet.pl/>
- Postman, N. (2002) *Zabawić się na śmierć*. Warszawa. Muza.
- Rorty, R. (1998) *Filozofia jako rodzaj pisarstwa w: tegoż Konsekwencje pragmatyzmu. Eseje z lat 1972-1980*. Warszawa. PAN.
- Śpiewak, P. (2009) „Polityka pozorna?”. *Kultura Liberalna* <http://kulturaliberalna.pl/2009/02/23/polityka-pozorna/> dostęp 11.10.2009
- Wielowieyska, D. (2010), „Kiedy Palikot seksualnie zlustruje Platformę?”. *Gazeta Wyborcza* 20.01.2010 http://wyborcza.pl/1,75968,7471337,Kiedy_Palikot_seksualnie_zlustruje_Platforme.html dostęp 23.01.2010
- Wojciechowska, A. (2009) „Palikot: Migalski chce zostać anty-Palikotem”. *Polska The Times* 2009.09.04 <http://www.polskatimes.pl/stronaglowna/158805,palikot-migalski-chce-zostac-anty-palikotem,id,t.html> dostęp 11.10.2009

Homo seriusus and homo rhetoricus in the political discourse.

The argumentative strategies of Janusz Palikot and his opponents

The analysis of rhetorical and eristic mechanisms in speeches of Janusz Palikot and his opponents – politicians associated with Law and Justice (PiS). Political discourse is inherently rhetorical, however, PiS politicians present it as being ostensibly “serious” due to their methods of argument. They invoke the highest values, standards and duties, but also ruthlessly attack their adversaries, usually by means of eristic tricks. Their manner of expression often resembles “the rhetoric of hate”. The demeanour of PiS politicians is described here as *homo seriusus* approach. Janusz Palikot MP overtly manifests his rhetorical nature – described as *homo rhetoricus* here. Having examined some of his spectacular speeches, certain coherence can be noticed – revealing how his rhetorical, a fortiori argument attempts to lead the audience to recognize irregularities in both the conduct and communication of PiS politicians. The analysed statements come from Polish media and Janusz Palikot’s blog. The latter is perceived here as an exceptional case of public statement within the sphere of political discourse, for it has been shifting the boundary of acceptable public expression in an unprecedented manner.

Tomasz Olczyk
Instytut Stosowanych Nauk Społecznych
Uniwersytetu Warszawskiego

MY, ONI I WIRTUALNE ŚWIATY TELEWIZYJNEJ REKLAMY POLITYCZNEJ

Telewizyjna reklama polityczna stanowi jeden z najważniejszych, a niewątpliwie najkosztowniejszy instrument komunikacji we współczesnych kampaniach wyborczych. Podobnie jak wszystkie inne aspekty formy i treści reklamy politycznej, tak i definicje „nas” i „onych” oraz obrazy świata generowane w przekazach reklamowych są podporządkowane celom perswazyi wyborczej. Bazując na tym stwierdzeniu, autor prezentuje retoryczne i narracyjne modele, techniki i mechanizmy konstruowania perswazyjnych obrazów rzeczywistości w telewizyjnej reklamie politycznej ze szczególnym uwzględnieniem kluczowych elementów owych obrazów, takich jak „my”, „oni” oraz „stany świata”. Tezy przedstawione w referacie opierają się na wnioskach z analizy treści reklam z polskich kampanii wyborczych 2004, 2005, 2007 i 2009 roku, a w szczególności na analizie płatnych reklam politycznych dwóch największych partii politycznych: Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości. Teoretyczną podbudowę artykułu stanowi koncepcja analizy ramowej (*frame analysis*) połączona z elementami teorii narracji, retoryki i autoprezentacji. Szczegółowej analizie poddane są mechanizmy inkluzji, ekskluzji, amplifikacji, hiperbolizacji i eufemizacji związków między wyidealizowanymi (w pozytywnym i negatywnym sensie) obrazami „my” i „oni” a arkadyjskimi i dystopijnymi wersjami rzeczywistości, a także towarzyszące im procesy narracyjnej strukturyzacji obrazu świata. W ostatniej części artykułu ukazane jest stosowanie terminu „wirtualny” w odniesieniu do obrazów rzeczywistości konstruowanych w telewizyjnej reklamie politycznej.

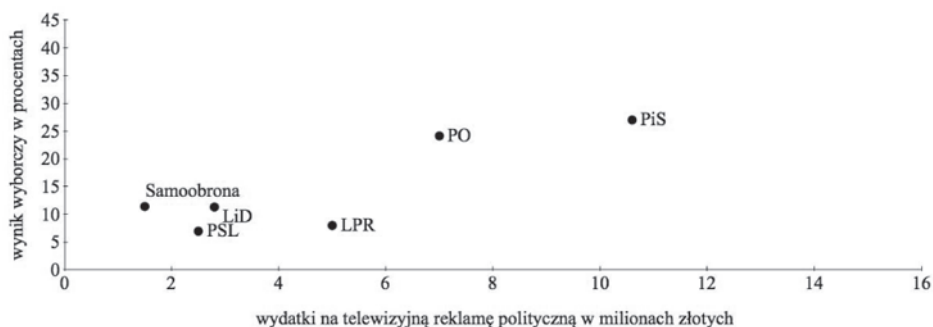
1. Telewizyjna reklama polityczna i jej znaczenie

Telewizyjna reklama polityczna jest stosunkowo nowym, niezbyt często badanym zjawiskiem w polskiej komunikacji politycznej. Wydaje się zatem, że pierwszą kwestią, jaką wypada podjąć w tym tekście, jest znaczenie i rola tej formy komunikacji politycznej. Jeszcze inaczej mówiąc, ta część artykułu ma na celu odpowiedź na pytanie, dlaczego w ogóle warto analizować spoty polityczne i wirtualne światy, jakich są one nośnikiem.

Częściową odpowiedź na to pytanie znaleźć można już w samej definicji

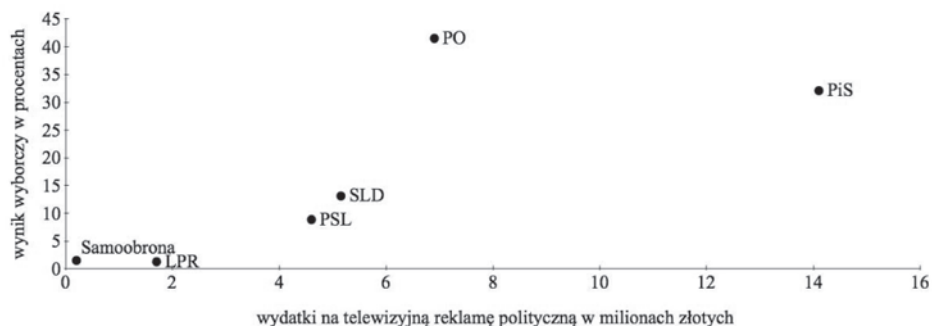
telewizyjnej reklamy politycznej. Klasyczne definicje, wywodzące się z teorii marketingu, a bazujące na analogii z reklamą komercyjną wskazują, że za reklamę polityczną uznać należy wszelkie formy odpłatnej komunikacji politycznej (Piontek 2002:127). Z uwagi na specyfikę europejskich – w tym również polskich – ordynacji wyborczych, które oferują partiom politycznym spełniającym określone warunki bezpłatny czas antenowy na emisję audycji wyborczych, należy zwrócić uwagę na inny aspekt definiujący reklamę polityczną – pełną kontrolę nadawcy nad komunikatem, obejmującą zarówno jego treść, jak i formę (Kaid, Johnston, 2001: 1 i 165; Piontek, 2002: 172). Na ten element jako definiujący reklamę wskazały Lynda Lee Kaid i Christina Holtz-Bacha (1995) w swoich analizach porównawczych stosowania tej techniki komunikowania politycznego w zachodnich demokracjach. Ich zdaniem telewizyjna reklama polityczna „obejmuje wszystkie programy kontrolowane przez partie lub kandydata, na które czas jest dany bądź zakupiony” (Kaid, Holtz-Bacha, 1995: 2). Czynnikiem pełnej kontroli sprawia, że forma i treść telewizyjnej reklamy politycznej może być w daleko większym stopniu niż w przypadku pozostałych instrumentów komunikacji politycznej podporządkowana strategiom marketingowym. Z punktu widzenia socjo-antropologicznego, analiza reklamy politycznej oferuje zatem jedyny w swoim rodzaju wgląd w wyobrażenie umysłu wyborcy, jakim kierują się kreatorzy kampanii wyborczych.

Ten czysto jakościowy argument na rzecz znaczenia spotów wyborczych wesprzeć można ważkimi argumentami ilościowymi. Telewizyjna reklama polityczna stanowi w naszym kraju najkosztowniejszy instrumentem komunikacji politycznej. W tym kontekście warto odnotować następujący od 2000 roku proces ciągłego zwiększania wydatków na telewizyjną reklamę polityczną, wskutek którego ta forma komunikacji politycznej stała się najważniejszą pozycją na liście wydatków w każdej ogólnopolskiej kampanii wyborczej (Olczyk 2009: 32). Co istotne, wydaje się, że istnieje pewien związek między wydatkami na telewizyjną reklamę polityczną a wynikiem wyborczym (por. rys. 1 i rys. 2).



Rys. 1. Wydatki na reklamę w telewizji a wynik wyborczy w 2005

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Państwowej Komisji Wyborczej i Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (2005)



Rys. 2. Wydatki na reklamę w telewizji a wynik wyborczy w 2007

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Państwowej Komisji Wyborczej i AGB Nielsen

Nie jest celem tego artykułu włączanie się w trwającą od wielu lat dyskusję na temat rzeczywistego wpływu telewizyjnej reklamy politycznej na decyzje wyborcze. Dla podejmowanego tu tematu należy odnotować jednak ten związek, a szczególnie fakt, że zdają się dostrzegać go decydenci największych partii, przeznaczając coraz większe środki na tę formę komunikacji i, co za tym idzie, przywiązując zapewne większą wagę do jej treści i formy.

Podsumowując tę część rozważań należy stwierdzić, że „my”, „oni” i wirtualne światy konstruowane w telewizyjnej reklamie politycznej wydają się ważnym obiektem badań, z uwagi na rosnące finansowe, marketingowe i wyborcze

znaczenie, jakie przywiązuje się do formy komunikacji, która jest ich wehikułem. Po uzasadnieniu wyboru tematu, wypada przejść do ukazania teoretycznej podstawy analiz zawartych w tym artykule.

2. Teoria ram i struktura przekazu perswazyjnego – konstruowanie wirtualnych światów telewizyjnej reklamy politycznej

Artykuł ten bazuje na założeniu, że zarówno wirtualne światy kreowane w telewizyjnej reklamie politycznej, jak i najważniejsi ich „mieszkańcy”, czyli „my” i „oni”, są produktami procesów ramowania (*framing*), a więc selekcji, amplifikacji i strukturyzacji reprezentowanej rzeczywistości. Procesy te – a także do pewnego stopnia struktury będące ich produktem – podporządkowane są z kolei realizacji perswazyjnej funkcji spotów wyborczych, a zatem są regulowane przez kluczowe mechanizmy perswazji. Opis wirtualnych światów wymaga zatem skrótowego z konieczności zaprezentowania owych mechanizmów poprzedzonych charakterystyką istoty pojęć ramy i teorii ramowania.

Koncept ramy (*frame*) upowszechnił się w socjologii za sprawą Ervinga Goffmana (1986). Czołowy przedstawiciel symbolicznego interakcjonizmu używał w swojej pracy *Frame Analysis...* z 1974 pojęcia ‘ramy’ dla oznaczenia schematów interpretacji, stosowanych przez jednostki do nadawania znaczenia „surowym strzępom” zdarzeń, z jakimi stykają się one w interakcjach społecznych (Goffman 1986: 10-11). Najlepiej funkcję ram w codziennym życiu społecznym wyjaśnia podtytuł przywołanej powyżej pracy Goffmana: „Esej o organizacji doświadczenia”. Ramy należy więc rozumieć jako specyficzny typ struktur porządkujących społeczne doświadczenia uczestników interakcji, schematów pozwalających szybciej i łatwiej dostrzeganie, identyfikować, klasyfikować i interpretować sytuacje społeczne. Ramy mają służyć uczestnikom codziennych interakcji w charakterze gotowych, szybkich i efektywnych odpowiedzi na pytanie: „Co się tu właściwie dzieje?” (Goffman 1986:10-11).

Cóż jednak ma wspólnego strukturyzacja, organizacja i interpretacja codziennych doświadczeń interakcyjnych z retoryką telewizyjnej reklamy politycznej? Aby ten związek wyjaśnić konieczne jest nawiązanie do dziedziny na pierwszy rzut oka niekoniecznie bezpośrednio powiązanej z perswazją polityczną. Przy okazji trzeba w tym miejscu odnotować fakt, że idea ram zyskała sobie popularność w wielu niekiedy dość odległych dziedzinach wiedzy jak np. socjologia ruchów społecznych, badania sztucznej inteligencji czy teoria perspektywy.

Największy rozwój – zarówno teoretyczny jak praktyczno–metodologiczny – koncepcja ta odnotowała w dziedzinie analizy medialnych przekazów informacyjnych, gdzie taktowana jest wręcz jako pełnoprawny paradygmat badawczy (Entman 1993, D’Angelo 2002). Idea ramy okazała się płodna w badaniach przekazów informacyjnych ponieważ twórcy owych przekazów, podobnie jak „zwykli” uczestnicy codziennych interakcji, starają się kreować zrozumiałe i znaczące interpretacje zdarzeń bazujące na filtrowaniu i strukturyzacji strumienia docierających do nich „strzępów” informacji. Dziennikarze konstruują owe ramy nie tylko na użytek własny, ale przede wszystkim na potrzeby odbiorców swoich komunikatów. Owe struktury interpretacyjne muszą być dopasowane do oczekiwań i możliwości odbiorcy, wymogów medium i określonego gatunku dziennikarskiego, hierarchii wartości przemysłu informacyjnego oraz – co wyjątkowo ważne – możliwe do przełożenia i na treść, i na strukturę komunikatu informacyjnego. Konieczność spełnienia tych wszystkich warunków, z wymogiem „komunikowalności” na czele każe przypuszczać, iż ramy w przekazach komunikacyjnych, w porównaniu do ram stosowanych w interakcjach bezpośrednich, będą podlegały hiperbolizacji, czy też swego rodzaju idealizacji (w goffmanowskim rozumieniu tego terminu). Badania ram i procesów ramowania w przekazach informacyjnych rozwinęły się jako metoda analizy efektów działania mediów na odbiorców. Innymi słowy, analizowano w jaki sposób przyjmowane przez dziennikarzy schematy interpretacji relacjonowanych wydarzeń kodowane są w kreowanych i emitowanych przez nich komunikatach oraz jak owe struktury wpływają na postrzeganie relacjonowanych zdarzeń i problemów przez szeroko rozumianych odbiorców. Za sprawą ramowania bowiem, w sposób intencjonalny bądź nieintencjonalny, propaguje się określone definicje prezentowanych wydarzeń, rolę i odpowiedzialność ich uczestników, diagnozy przyczyn, a co za tym idzie – także oceny moralne, środki zmiany sytuacji czy prognozy dotyczące jej przyszłości (Entman 1993:53; Norris, Kern i Just 2003:10-11).

W przypadku komunikatów o funkcji perswazyjnej, jak telewizyjna reklama polityczna, intencjonalność narzucania definicji sytuacji nie pozostawia żadnych wątpliwości. Dlatego też ogólną teorię ramowania, zastosowaną do analizy telewizyjnej reklamy politycznej, łatwo wywieść z koncepcji wypracowanych i przetestowanych na polu analiz przekazów informacyjnych. Łącząc najczęściej powtarzające się elementy definicji ramowania, fenomen ten opisać można jako proces selekcjonowania i amplifikacji (wylbrzymiania i umniejszania) różnych

fragmentów relacjonowanych wydarzeń, ich hierarchizacji i priorytetyzacji, a także nadawania im spójnego, całościowego znaczenia za pomocą wpisania w fabularną, narracyjną strukturę (Entman 1993: 53; Norris, Kern i Just 2003: 10-11; Olczyk 2009: 237-242). Narracja jest bardzo istotnym elementem ramy, wpływającym na jej żywotność i trwałość, ale także ułatwiającym kodowanie i dekodowanie przekazu. Zdaniem Drew Westena (2008: 147), zajmującego się neurokognitywistycznymi aspektami komunikacji politycznej, narracja polityczna powinna mieć jasną, zrozumiałą, łatwą do zapamiętania, opowiadania i przekazywania fabularną strukturę, jasno zdefiniowanych protagonistów i antagonistów wraz z głównymi wartościami, za którymi bądź przeciw którym się opowiadają. Narracja powinna być także spójna, powinna również posiadać obrazowe i oddziałujące emocjonalnie centralne elementy, za pomocą których może zostać łatwo zilustrowana i przywołana w procesie komunikacji.

3. My, Oni i światy wirtualne – retoryczno–narracyjne ramy w telewizyjnej reklamie politycznej

Zarysowana powyżej ogólna teoria ramowania, przed zastosowaniem jej do analizy politycznej perswazji, wymaga odpowiedzi na dwa główne pytania: co podlega ramowaniu w tego rodzaju przekazach i jakie reguły owymi procesami ramowania rządzą. Pewną wskazówkę w odpowiedzi na te pytania stanowić może funkcjonalna różnica między komunikatami perswazyjnymi a informacyjnymi. Główną funkcją retoryki przedwyborczej jest niewątpliwie perswazja, co dzięki identyfikacji perswazyjnych mechanizmów rządzących procesami selekcji, amplifikacji i narracyjnej strukturyzacji rzeczywistości w tego rodzaju komunikatach pozwala skonstruować model na bazie ogólnych mechanizmów perswazji, opisanych szczegółowo przez Stanisława Barańczaka (1975). Szczególnie chodzi tu o mechanizm symplifikacji rozkładu wartości, wspólnoty świata i języka oraz odbioru bezalternatywnego. Mechanizmy te opiszemy pokrótce wraz z kluczowymi elementami modelu, zaczynając od tych ostatnich.

Proponowany tu model ramowania bazuje na założeniu, że kluczowymi kategoriami wokół których odbywają się procesy ramowania są: „my”, „oni” i „stany świata” (rozumiane jako układy społeczno-gospodarczych parametrów rzeczywistości naszego kraju). „My” i „oni” pełnią w strukturze narracyjnej politycznych przekazów perswazyjnych funkcję aktantów (Hawkes 1988: 114) wpływających na zmiany „stanów świata”. W wąskim rozumieniu aktanty

należy utożsamiać z podmiotami politycznymi, konkurującymi w kampanii wyborczej (w analizowanych tu przypadkach chodzić będzie o Platformę Obywatelską i Prawo i Sprawiedliwość). W rozumieniu szerszym do „my” i „oni” zaliczać się będą także inni aktorzy czy też społeczne obiekty występujące w przekazach, pozostające w jakichś relacjach z wąsko rozumianymi „my” i „oni”. Lista tego rodzaju obiektów może być długa i różnorodna. Może ona obejmować grupy czy kategorie społeczne, np. emerytów, liberałów, elity, konkretne osoby, a nawet kraje, jak Niemcy i Rosja. W takim przypadku owe dodatkowe obiekty najczęściej służą jako narzędzia pozytywnej autoprezentacji, działającej na zasadzie „pławienia się w odbitym blasku” (Leary 1999: 42) bądź negatywnej prezentacji przeciwnika, działającej na bazie mechanizmu „winy przez powiązanie” (Capella, Jamieson 1997: 99).

Taki binarny podział aktantów uzasadniają z jednej strony mechanizm symplifikacji rozkładu wartości oraz mechanizm wspólnoty świata i języka, których produktem jest czarno-biała wizja rzeczywistości konstruowana w przekazach i towarzysząca jej opozycja na dobrych „nas” i złych „onych” (Barańczak 1975). Uzasadnień tego dualistycznego podziału można zresztą poszukiwać w bardzo wielu źródłach, choćby w samym charakterze politycznych struktur narracyjnych (Westen 2008: 147, Marshall 1997: 231), w gramatyce perswazji (Łysakowski 2005), czy w funkcjonalnej teorii dyskursu kampanii wyborczej (Benoit 1999).

Wspomniany wcześniej mechanizm sprowadzania wszelkich skomplikowanych i wieloznacznych układów wartości do prostej binarnej opozycji dobro-zło, jaki zdaniem cytowanego już Barańczaka (1975) działa we wszystkich przekazach perswazyjnych, prowadzi wprost do drugiego założenia modelu ramy perswazyjnej, a mianowicie tezy, że wszelkie „stany świata” w przekazach perswazyjnych również sprowadzić można do dwóch: jednoznacznie pozytywnego, czyli swoistej „arkadii”, i jednoznacznie negatywnego, który nazywamy dystopią. Logika uproszczeń i binarnej opozycji pozwala sformułować następujące reguły rządzące retoryczno-narracyjną mechaniką modelu ramowania rzeczywistości w perswazji politycznej:

1. Aktant „oni” wywołuje dystopię;
2. Aktant „my” wywołuje arkadię;
3. Warunkiem realnej zdolności aktanta do wywoływania stanów świata jest posiadanie władzy;
4. Autodefinicja aktanta jako posiadającego władzę w danym okresie determinuje prezentowanie tego okresu jako odpowiednio arkadii bądź dystopii;

5. Najważniejsze cezury w strukturze narracyjnej ramy stanowią okresy pozostawania u władzy lub w opozycji.

Te założenia, a przede wszystkim ich kategoryczność, wzmacniane są także poprzez inny z wymienianych przez Barańczaka (1975) mechanizmów perswazyjnych: mechanizm odbioru bezalternatywnego. W ramach tego mechanizmu, „na każdym z poszczególnych etapów procesu odbioru i na każdym ‘piętrze’ tego odbioru – od warstwy językowej po światopoglądowe uogólnienia – chwyt perswazyjne tak sterują odbiorcą, aby w każdym momencie miał on przed sobą tylko jedno w istocie wyjście: bez alternatywy i bez konieczności wyboru” (Barańczak 1975:53).

W tym miejscu pozostaje zatem przejść do omówienia jak owe abstrakcyjne, modelowe reguły zostały zrealizowane w telewizyjnych reklamach politycznych dwóch największych polskich ugrupowań.

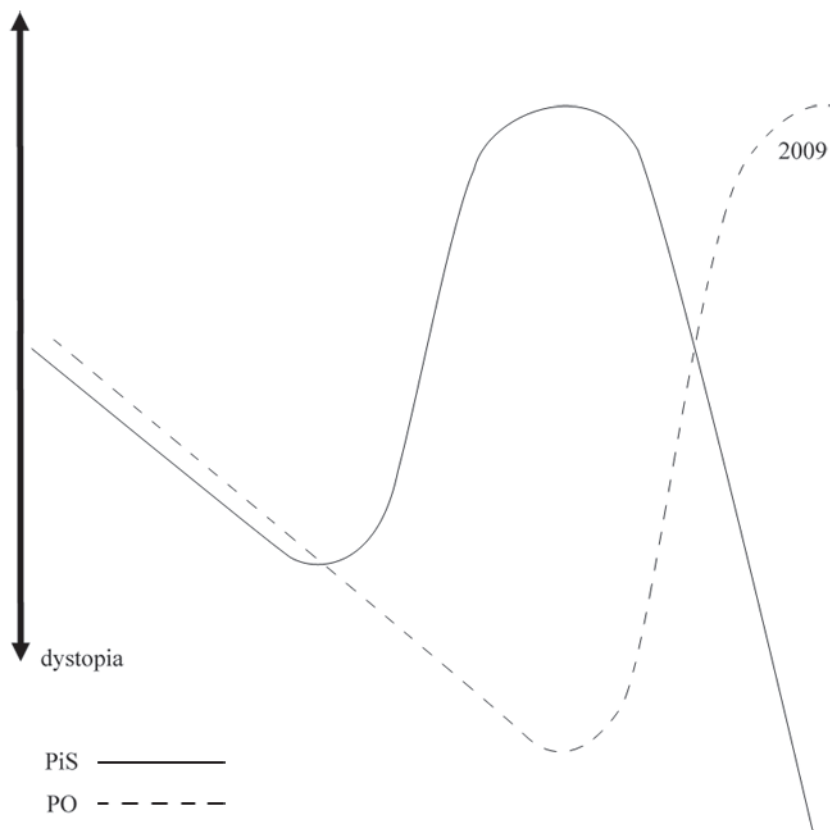
4. Ewolucja obrazów rzeczywistości w telewizyjnej reklamie politycznej PO i PiS

Najkrótsze podsumowanie obrazów rzeczywistości i aktantów „my” i „oni” w przekazach reklamowych dwóch największych partii politycznych w Polsce, emitowanych w latach 2004-2009 ilustruje schemat przedstawiony na rys. 3. Okres do 2005 był w analizowanych kampaniach przedstawiany przez obie partie w dość podobny sposób, choć oczywiście występowały pewne różnice co do szczegółów, stylistyki i konkretnych treści, ukazujących się w reklamach. Niemniej jednak czas ten kreowany był w spotach PiS o PO jako dystopia, powstała za sprawą dość szeroko definiowanych „onych”. Taki obraz rzeczywistości był zresztą bardzo powszechny w przekazach większości ugrupowań startujących w tamtych wyborach. Dystopię konstruowano selekcjonując i amplifikując wskaźniki takie jak: skala bezrobocia, emigracja zarobkowa, ubóstwo i niedożywienie (szczególnie dzieci, zob. Olczyk, 2009: 302-342). Dodatkowo w reklamach PO i PiS podkreślano sytuację konfliktu między państwem a obywatelami, między elitami a zwykłymi ludźmi.

W roli szeroko pojętych „onych” występowali zatem - rozumiani ogólnie i ogólnikowo - politycy, ludzie bogaci, przestępcy, itp. W roli szeroko rozumianych „nas” grupy pokrzywdzone: emeryci, młodzież, przedsiębiorcy itp. W roli „onych” rozumianych wąsko Platforma i PiS obsadzały raczej SLD niż siebie

nawzajem - z dwoma wyjątkami, które zostaną omówione bardziej szczegółowo poniżej.

Takie konstrukcje „nas”, „onych” i wirtualnej dystopii 2005 są dość zgodne z założeniami modelu przedstawionego w poprzednim punkcie. Ani PO ani PiS nie sprawowały władzy w okresie przedwyborczym, stąd też oczywiste jest uznanie tego czasu za erę dystopii, wykreowaną przez mniej lub bardziej sprecyzowanych „onych”.



Rys. 3. Struktura ram w telewizyjnych reklamach politycznych Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości

Źródło: opracowanie własne

W 2005 roku miały jednak miejsce dwa dość ważne odstępstwa od tej ogólnej zasady. PiS wyemitował dwa spoty atakujące propozycje podatkowe Platformy

Obywatelskiej. W najśłynniejszym z nich, znanym jako „spot lodówkowy”, dystopia przyszłości, jaka miała być wykreowana przez Platformę Obywatelską za pośrednictwem podatku liniowego, ilustrowana była sugestywnymi obrazami lodówki, szafki z lekami i pokoju dzieciennego, z których na skutek propozycji „3 x 15” znikwały dziesiątki najważniejszych produktów. Wszystko to działo się w typowym mieszkaniu „zwykłych Polaków”, należącym do „rodziny, jakich w Polsce są miliony”. PiS ustami „honorowego prezesa” Lecha Kaczyńskiego kategorycznie zapowiadał: „Nie pozwolę, aby ich poziom życia się obniżył, dlatego w przyszłym parlamencie sprzeciwię się ustawie podatkowej «trzy razy piętnaście»”. W drugim spocie tego rodzaju „Anna”, przedstawiająca się jako „pracownica hipermarketu” stwierdzała:

„Słyszałam o propozycji podatku liniowego «3 razy 15». Według niej moje dochody na rękę wyniosą 632 złote. Do tego zwiększy się VAT na żywność i lekarstwa. A zatem moje obciążenia wzrosną. Teraz propozycja Prawa i Sprawiedliwości. Bardzo ważne: nie wzrasta VAT na żywność i lekarstwa, a ponadto będę miała ulgę na moje maluchy, na rękę dostanę 857zł! To aż 225 zł miesięcznie więcej! Dla mnie rachunek jest prosty. Głosuję na Prawo i Sprawiedliwość”.

W tych dwóch reklamach widać dość wyraźnie technikę amplifikowania przyszłej dystopii za pomocą zwizualizowanego, jednostkowego przykładu z życia „przeciętnych Polaków” i równoległego konstruowania opozycji między „my” i „oni”. W tej opozycji „my” wąsko rozumiane wiązane jest z „szerokim my” - rzeszami zwykłych obywateli, reprezentowanymi przez „zwykłe rodziny” i „pracownice hipermarketu” - którym „oni” chcą wyrządzić krzywdę.

Na rysunku 3. widać wyraźnie, że rozejście się wirtualnych światów kreowanych w reklamach dwóch największych partii nastąpiło w 2005. Mniej więcej od tego momentu wizje rzeczywistości, konstruowane przez PiS i PO, stały się swoimi przeciwieństwami. Już w wyborach samorządowych, osiem miesięcy po zwycięstwie Lecha Kaczyńskiego w wyścigu do Pałacu Prezydenckiego, PiS wyemitował spot, w którym lektor entuzjastycznym tonem głosił, iż:

„Wstaje nowy dzień, a w Polsce coraz więcej ludzi idzie do pracy. Produkcja polskiego przemysłu wzrosła o 19 procent. Nasze rodziny stać na coraz więcej. Inflacja jest najmniejsza w całej Europie. Czujemy się bezpieczniejsi. Policjanci zza biurki wyszli na ulicę. Dotrzyliśmy słowa - budujemy lepszą Polskę.”

Obraz Polski jako kraju głębokiej dystopii, kreowany w kampanii 2005 roku, również przez Prawo i Sprawiedliwość, zamienił się w obraz arkadyjskiej rzeczywistości za sprawą prostego zabiegu ramującego. Zabieg ten opierał się na inkluzji i ekskluzji parametrów rzeczywistości, odpowiadających założonej definicji sytuacji. Jak widać, w powyższym spocie nie mówi się o bezrobociu, minimum socjalnym czy niedożywieniu. Zamiast tego operuje się wskaźnikami, które mają jednoznacznie pozytywny oddźwięk: niska inflacja, wzrost produkcji przemysłowej, bezpieczeństwo na ulicach.

Zgodnie z przewidywaniem teorii ramowania przekazów perswazyjnych, PiS jako partia, której „my” jest w tym okresie u władzy, konstruuje ów okres jako arkadię. Spośród szerokiego spektrum wskaźników, kreatorzy przekazów perswazyjnych tej partii dobierają tylko i wyłącznie te wskaźniki, które komponują się w spójny obraz „raju na ziemi”. Zjawisko to uległo wzmocnieniu w kampanii z 2007 roku, która w wydaniu PIS odpowiadała idealnemu typowi narracji partii rządzącej. Już w sierpniu, zanim oficjalnie ogłoszono kampanię wyborczą, widzowie mogli obejrzeć trzy spoty PiSu zrealizowane według typowego dla reklamy komercyjnej schematu „scenek z życia”, w których „zwykli ludzie” zachwalają jakiś produkt (najczęściej proszki do prania, środki przeciwbólowe itp.). W tych reklamach aktorzy odgrywający role „zwykłych ludzi” - odpowiednio: „mama Halinki”, jej córka i mąż Stanisław, niezidentyfikowany przedsiębiorca oraz pewne małżeństwo emerytów – opisywali, posługując się tym razem nie statystycznymi wskaźnikami, lecz historiami z własnego życia, przejście od dystopii do arkadii za sprawą PiS. Cezura, w której trajektoria osobistej/rodzinnej biografii każdego z bohaterów zmieniła kierunek z dystopijnego na arkadyjski, była w każdym spocie identyczna: „dwa lata temu”. Wszyscy bohaterowie podkreślali poprawę sytuacji ekonomicznej, ale także pozytywną i pogłębiającą się zmianę w zakresie mniej uchwytnych, mniej policzalnych parametrów ich osobistej sytuacji. Występujący w spocie PiS „przedsiębiorca”, właściciel niewielkiego sklepu, mówił np.:

Dwa lata temu myślałem że będę musiał zamknąć mój sklep, ludzie nie mieli pieniędzy, a chuligani ciągle niszczyli mi witrynę. Teraz bandyci boją się policji, bezrobocie spadło, ludzie więcej zarabiają i mój interes kręci się coraz lepiej. Wróciła nadzieja dla takich jak ja. Rząd rozumie, że warto wspierać polski handel. Rozumie problemy zwykłych ludzi. Ufam im, bo zmieniają Polskę na lepsze.

W reklamach PiS z 2007 roku konstruowano konsekwentny i jednoznaczny obraz arkadii okresu rządów PiS, czy to za pomocą statystycznych wskaźników (niska inflacja), czy indywidualnych historii życiowych bohaterów reklam. Wąskie „my” PiS wiązano z szerokim „my” „zwykłych Polaków”. Zgodnie z przewidywaniami modelu ramowania, obraz potencjalnej przyszłości bez PiS u władzy zdominowany był przez wizję potencjalnej dystopii, która będzie skutkiem powrotu „onych” do rządu. Niekiedy zresztą przyszłość ukazywana była obrazowo jako horror jak w spocie pod tytułem „Afery”, w którym groźnie wyglądające postacie dobijają się do szklanych drzwi, podczas gdy lektor mówi:

2002 afera Rywina! 2003 Afera Starachowicka ! 2004 sprawa Pęczaka! 2005 Kwaśniewski ulaskawia Sobotkę! Premier Kaczyński zatrzęsł drzwi przed korupcją. Myśleliśmy że te czasy minęły, ale oni chcą wrócić. Może ich zatrzymać tylko premier Kaczyński. Głosuj na Prawo i Sprawiedliwość!

W większości spotów kreujących wizję przyszłości, PiS konstruował w licznych spotach obraz swojego głównego oponenta jako partii nieudolnej, nieskutecznej i groźnej. Koronnym przykładem takiego działania była reklama znana jako „Na zdrowie”, w której - na skutek prywatyzacji szpitali jaką w dystopijnej przyszłości miałyby przeprowadzić Platforma - rozpaczliwe prośby kobiety wzywającej pogotowie do umierającego męża nie zostają wysłuchane przez dyspozytora, gdyż ta nie ma karty kredytowej, którą mogłaby zapłacić za przyjazd ratowników.

Z kolei cała kampania reklamowa Platformy Obywatelskiej była budowana na kontraście (również wizualnym) z Prawem i Sprawiedliwością. W kontraście tym PiS reprezentował „onych”, odpowiedzialnych za dystopijną teraźniejszość, Platforma zaś ukazywana była jako „my”, które zaprowadzi arkadię, gdy tylko dojdzie do władzy. Schemat ten widoczny był już na początku kampanii, którą PO rozpoczęła od serii negatywnych, czarnobiałych billboardów, na których na czarnej przestrzeni pojawiały się napisy: „Agresja”, „Oszczerstwa”, „Pogarda”, z nadtytułem „Zasady PiS” i podtytułem „Rządzi PiS, a Polakom wstyd”. Drugą częścią kampanii była seria billboardów błękitnych, na których znajdowały się napisy: „Spokój”, „Budowanie”, „Szacunek” i hasło PO: „By żyło się lepiej”. Płatne reklamy telewizyjne PO skonstruowane były według identycznego schematu, w którym teraźniejszość, w której władzę sprawuje Prawo i Sprawiedliwość, przedstawiano za pomocą ponurych czarno-białych kadrów, przyszłość

zaś za pomocą obrazów kolorowych, ilustrowanych skoczną muzyką. W pierwszej serii spotów PO, wypowiedzi Tadeusza Rydzyka i Jarosława Kaczyńskiego kontrastowane były z wypowiedziami Donalda Tuska, Bronisława Komorowskiego i Julii Pitera.

Najlepszym przykładem kontrastowania ponurej pisowskiej dystopii z rajsłkimi i kolorowymi obrazkami arkadii przyszłości był spot, znany pod tytułem. „Krótki film o życiu”:

„Przez ostatnie dwa lata sytuacja budżetówki drastycznie się pogorszyła. Lekarze i pielęgniarki, żeby z czegoś żyć, pracują na kilku etatach. Nauczycielom nie starcza do pierwszego. Pacjentów nie stać na lekarstwa. Szpitale bankrutują. W tym roku oddano do użytku niecałe 8 kilometrów autostrad. W ciągu ostatnich dwóch lat na drogach zginęło prawie 14 tysięcy ludzi. Przez ostatnie dwa lata z kraju wyjechało za chlebem prawie dwa miliony Polaków.

Tusk: Już wkrótce Polacy zaczną wracać z emigracji bo praca tu będzie się opłacać. Będą nas leczyć dobrze zarabiający lekarze i pielęgniarki. Dobrze zarabiający nauczyciele będą uczyć nasze dzieci. A dobrze zarabiający policjanci będą dbać o nasze bezpieczeństwo. Przy bezpiecznych drogach wyrosną nowoczesne stadiony i pływalnie. Czy to możliwe? Skoro udało się w Irlandii dlaczego nie ma udać się w Polsce? Przecież Polacy to wielki i mądry naród. Polskę też stać na cud gospodarczy. Musimy tylko wygrać te wybory”.

Podobnie jak w przypadku nagłego przejścia od dystopii do arkadii w przekazach PiS z 2006 i 2007 roku, tak i w tym przypadku zwraca uwagę selekcja zupełnie innych wskaźników rzeczywistości. W dystopijnej charakterystyce pozostaje co prawda migracja zarobkowa, jednak zamiast bezrobocia czy ubóstwa wspomina się o powolnej budowie autostrad, śmierci na drogach i problemach budżetówki.

W wyniku wyborów w 2007 roku Platforma Obywatelska przejęła władzę i zgodnie z przewidywaniami teorii ramowania telewizyjnej reklamy politycznej, w przekazach PiS sytuacja naszego kraju zaczęła być przedstawiana jako dystopia. Jeszcze przed kolejną kampanią – tym razem do europarlamentu – premierowi Tuskowi wypominano brak realizacji arkadyjskich obietnic, w samej zaś kampanii selekcjonowano dystopijne wydarzenia jak bankructwo stoczni, czy afery korupcyjne. Sztandarowym spotem PiS w kampanii 2009 była reklama „Pokaż rządowi żółtą kartkę”, w której wystąpiła aktorka grająca wcześniej

w cytowanym powyżej „Krótkim filmie o życiu” Platformy Obywatelskiej. W spocie tym można było usłyszeć:

„Dwa lata temu całą naszą paczką zagłosowaliśmy na PO. Uwierzylimy, że «już wkrótce będą nas leczyć dobrze zarabiający lekarze i pielęgniarce, dobrze zarabiający nauczyciele będą uczyć nasze dzieci» (Fragment reklamy PO z 2007 – T.O.). Przyjaciele byli dumni, że to ja pomogłam wygrać Platformie. Szybko zaczęliśmy wątpić w obietnice premiera. (...) Dziś widzę, że wcale nie żyje się lepiej i że wszystko strasznie podrożało. Przyjaciół nie stać na spłatę droższego kredytu. Z mojego działu zwolnili ostatnio dwie dziewczyny. Nie rozumiem dlaczego bije się stoczniovców i dlaczego premier ciągle gra w piłkę. Chcę żeby rząd wziął się wreszcie do roboty, dlatego w tych wyborach pokażę mu żółtą kartkę i zagłosuję na Prawo i Sprawiedliwość.

Tym razem dystopijna wizja została wykreowana i amplifikowana za pomocą wskaźników takich jak inflacja, bezrobocie, wzrost kosztów kredytów, konflikt władzy ze zwykłymi obywatelami (stoczniovcy).

Podsumowując skróto z konieczności przedstawioną ewolucję obrazów rzeczywistości kreowanych w telewizyjnej reklamie politycznej dwóch największych ugrupowań stwierdzić można, iż w coraz większym stopniu stają się one zgodne z założeniami wynikającymi z mechaniki perswazyjnej i teorii ramowania. Dzięki selekcji odpowiednich elementów opisywanej rzeczywistości partie są w stanie w tym samym okresie wykreować w swoich przekazach perswazyjnych kompletnie odmienne definicje rzeczywistości i odpowiedzialnych za jej stan aktantów „my” i „oni”. Owe definicje wzmacniane są za pomocą audiowizualnego komponentu spotów politycznych, ich aspektów narracyjnych (historie z życia zwykłych ludzi) czy gatunkowych (horror, reklama lękowa). Łatwość wykreowania wzajemnie sprzecznych, przerysowanych, a mimo to przekonujących dla wielkich grup ludzi obrazów rzeczywistości, jaką zdaje się posiadać telewizyjna reklama polityczna, prowadzi wprost do kolejnej kwestii: wirtualnego statusu owych obrazów.

5. Wirtualność rzeczywistości kreowanej w reklamie politycznej

Ostatnim zagadnieniem, które wymaga w niniejszym artykule wyjaśnienia, jest użyte w tytule pojęcie wirtualności, a w szczególności jego znaczenie w opisie i odbiorze rzeczywistości konstruowanej w telewizyjnej reklamie politycznej.

W potocznym ujęciu wirtualność kojarzona jest nie z telewizyjnymi komunikatami perswazyjnymi, ale z tworzoną za pomocą komputerów sztuczną, cyfrową rzeczywistością, grami komputerowymi, symulacjami i tak zwaną cyberprzestrzenią. Słownikowe znaczenie terminu wirtualny to „(teoretycznie) możliwy, mogący zaistnieć”. W jakim sensie światy kreowane w telewizyjnej reklamie politycznej można więc uznać za wirtualne?

Pierwszym elementem, na jaki należy zwrócić uwagę w tym kontekście, jest relacja kreowanej w reklamie rzeczywistości do prawdy. Już pobieżna analiza zacytowanych reklam politycznych pozwala zauważyć, że ich forma uniemożliwia lub co najmniej poważnie utrudnia skonfrontowanie ich treści z prawdą, czy inaczej mówiąc - falsyfikację. Spośród wymienionych przez Jerzego Bralczyka (2004:18-35) sposobów ucieczki przed falsyfikacją w reklamie komercyjnej, w jej politycznym odpowiedniku szczególnie często stosuje się: wyrazy modalne, wprowadzanie jawnie subiektywnych ocen i charakterystyk, wypowiedzi bez orzeczenia, nieokreślone przymiotniki w stopniu wyższym, przymiotniki w stopniu najwyższym, wypowiedzi dotyczące przyszłości, metafory, wypowiedzi w konwencji literackiej i cytaty (por. Olczyk 2009:186). Trzeba w tym miejscu podkreślić, że metody te stosowane są w reklamie politycznej nie tylko bardzo często, ale także w sposób skumulowany. Efektem nagromadzenia tego rodzaju „gier z prawdą”, czasowników modalnych, trybu rozkazującego, czasu przyszłego jest nie tylko uniemożliwienie odbiorcom przeprowadzenia testów prawdziwościowych, ale przede wszystkim nadanie logice reklamy politycznej cech specyficznego rodzaju logiki wielowartościowej czy też rozmytej, w której nie działa prawo wyłączonego środka.

Silnie związane z tym zjawiskiem są immanentna niepełność i niedookreśloność logiczna politycznych komunikatów reklamowych. Rodericka P. Harta (2000:129) zauważa, że telewizyjny spot wyborczy jest „agresywnie entymematyczny”, inaczej mówiąc ma charakter sylogizmu retorycznego, czyli „wnioskowania” z opuszczoną, przemilczaną przesłanką, która może być przesłanką oczywistą lub pozornie oczywistą” (Ziomek 1990:31).

Świat kreowany w reklamie politycznej rozumieć należy zatem jako świat możliwy, którego prawdziwość bądź nieprawdziwość jest trudna bądź niemożliwa do ustalenia z uwagi na logiczną specyfikę komunikatów, za pomocą których jest kreowany. Problemy tego rodzaju pogłębia semantyczny i logiczny status obrazów, czy mówiąc jeszcze bardziej ogólnie - charakterystyka wizualnego aspektu reklamy, w szczególności jego perswazyjnej siły, daleko przewyższającej

siłę i znaczenie aspektu werbalnego. Dodatkowo elementy kluczowe w „wideoretoryce” reklamy politycznej, takie jak obrazy, muzyka i konstrukcja gatunkowa, w ogóle nie podlegają testom prawdziwościowym. Znaczenie wizualnego, czy szerzej niewerbalnego komponentu telewizyjnej reklamy politycznej prowadzi wprost do drugiego, bliższego potocznym, „komputerowym” rozumieniom terminu ‘wirtualności’.

Dla wyjaśnienia tego drugiego ujęcia wirtualności konieczne jest przywołanie pojęć „pseudokontekstu” (*pseudo-environment*) i symulakrów. Autorem tego pierwszego pojęcia jest Walter Lippman (1965: 10), który uznawał pseudokontekst za szczególnego rodzaju uproszczony model czy reprezentację rzeczywistości, którą ludzie, pod silnym wpływem mediów, budują sobie „w swoich głowach”. Pseudokontekst stanowi rodzaj filtra pośredniczącego między umysłami ludzi a „prawdziwą rzeczywistością” i pozwalającego ludziom radzić sobie ze skomplikowaną, wieloznaczną i płynną rzeczywistością. (Lippman, 1965: 11). Co ciekawe, na długo przed upowszechnieniem telewizji i pojęcia wirtualności, Lippman zauważył, że to obraz jest podstawowym elementem składowym „pseudokontekstu” i to właśnie układ „obrazów w głowach” jest dla ludzi źródłem bodźców do działania w ich prawdziwym środowisku. Obrazocentryczność współczesnej cywilizacji, której elementem jest także audiowizualna retoryka polityczna sprawia, że granica między pseudokontekstem a prawdziwym środowiskiem działania staje się coraz bardziej nieczytelna. Jean Baudrillard (2005) twierdzi wręcz, że współczesna cywilizacja i kultura weszła w epokę symulakrum, w której między obrazami a reprezentowaną przez nie rzeczywistością nie ma już żadnej, dającej się uchwycić istoty. Produktem symulakrum jest hiperrealność, czyli realność nierzeczywista, pozbawiona oparcia zarazem jednak bardziej rzeczywista od samej rzeczywistości, do której zdaniem Baudrillarda nie mamy już niezapśredniczonego dostępu.

Na tym etapie analizy pojęcia wirtualności w reklamie politycznej stwierdzić można, że ta technika komunikowana politycznego buduje z niefalsyfikowalnych zdań i konstytuujących „swoją własną rzeczywistość” obrazów świat możliwy, którego praktycznie nie da się konfrontować z jego realnym odpowiednikiem za pomocą instrumentów logiki. Perswazyjna siła komunikatów reklamowych, przede wszystkim ich wizualnego komponentu sprawia dodatkowo, że konstruowana w reklamie rzeczywistość wydawać się może bardziej autentyczna i realna od jej „prawdziwego” odpowiednika. Wirtualność świata budowanego w reklamie politycznej nie sprowadza się jednak do jego logicznego

statusu i immanentnej potencjalności. Świat reklamy politycznej nie jest tylko światem możliwym, jest także sztuczną rzeczywistością czy też symulacją prawdziwej rzeczywistości. Idealizacja w reklamie politycznej jest elementem mechanizmu odbioru bezalternatywnego, służącego perswazji i skutecznej komunikacji. Przekaz perswazyjny w swoim dążeniu do jednoznaczności i ograniczania alternatyw widza generuje wyidealizowaną wizję rzeczywistości, w której nie ma miejsca na niuanse, interpretacyjne wątpliwości i wahania.

Podsumowując można stwierdzić, że całe instrumentarium werbalno-wizualnej retoryki reklamy politycznej, które służy wykreowaniu niefalsyfikowalnej wizji rzeczywistości, ma zarazem na celu przekonanie widza o jej wiarygodności i autentyczności. Wirtualna rzeczywistość prezentowana w reklamie politycznej stanowi jednocześnie rodzaj symulacji, wyidealizowanego sztucznego świata, w którym najistotniejsze aspekty podlegają hiperbolizacjom mającym na celu wzmocnienie perswazyjnej siły komunikatu i zapewnienie jednoznacznego i zgodnego z intencją twórcy jego odczytania.

Bibliografia

- Barańczak, Stanisław (1975) „Słowo — perswazja — kultura masowa”. *Twórczość* 7, ss. 44-59.
- Baudrillard, Jean (2005) *Symulakry i symulacja*, Sic!, Warszawa.
- Benoit, William L. (1999) *Seeing Spots: A Functional Analysis of Presidential Television Advertisements, 1952-1996*. Westport. Praeger.
- Benford, Robert D. i Snow David A., (2000) „Framing processes and social movements: An overview and assessment”. *Annual Review of Sociology*, 26, ss. 611-639.
- Bralczyk, Jerzy (2004) *Język na sprzedaż: czyli o tym jak język służy reklamie i jak reklama używa języka*. GPW. Gdańsk.
- Cappella, Joseph N. i Hall Jamieson, Kathleen (1997) *Spiral of cynicism: the press and the public good*. New York. Oxford University Press.
- D'Angelo, Paul (2002) „News Framing as multiparadigmatic research program: A response to Entman”. *Journal of Communication*, 52, 4, ss. 870-888/
- Entman, Robert M. (1993) „Framing: Towards clarification of fractured paradigm”. *Journal of Communication*, 43 (4), s. 51-58
- Goffman, Erving (1986) *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Boston. Northeastern University Press.
- Hart Roderick P. (2000) *Campaign talk: Why elections are good for us*. Princeton. Princeton University Press.

- Hawkes, Terence (1988) *Strukturalizm i semiotyka*. Warszawa. PWN.
- Johnson-Cartee, Karen S. i Copeland, Gary A. (1991), *Negative political advertising: Coming of age*. Hillsdale. Lawrence Erlbaum.
- Kaid Lynda L. i Holtz-Bacha Cristina (1995) *Political advertising in Western Democracies: Parties and Candidates on Television*. Sage Publications. Thousand Oaks.
- Kaid Lynda L. i Johnston, Anne (2001) *Videostyle in presidential campaigns: Style and Content of Televised Political Advertising*. Praeger. Westport.
- KRRiT (2005) *Informacja o wydatkach i wykorzystaniu czasu antenowego w radiu i telewizji na emisje płatnych ogłoszeń wyborczych zleconych przez komitety wyborcze w trakcie kampanii wyborczej do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej w 2005 roku*. Departament Reklamy Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.
- Leary, Mark (1999) *Wywieranie wrażenia na innych: o sztuce autoprezentacji*. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Gdańsk.
- Lippman, Walter (1965) *Public opinion*. New York. The Free Press.
- Łysakowski, Tomasz (2005) *Wpływowe osoby: gramatyka i perswazja*. Academica - Wydawnictwo SPWS. Warszawa.
- Marshall, David P. (1997) *Celebrity and power: Fame in contemporary culture*. London. University of Minnesota Press.
- Norris, Pippa; Kern, Montague i Just, Marion, (2003) *Framing terrorism: the news media, the government and the public*. London, New York. Routledge.
- Olczyk, Tomasz (2009) *Politrozrywka i popperswazja: Reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku*. Warszawa. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Piontek, Dorota (2002) „Mity reklamy politycznej”. W: R. Paradowski, P. Załęcki (red.) *Kulturowe instrumentarium panowania*. Toruń. Wydawnictwo Adam Marszałek. ss. 157-188.
- Westen, Drew (2008) *The political brain: the role of emotion in deciding the faith of nation*. New York. Public Affairs.
- Ziomek, Jerzy (1990) *Retoryka opisowa*. Wrocław. Zakład Narodowy im. Ossolińskich.

We, They and the virtual universes of the TV political advertisement

Each electoral year televised political advertising becomes a more and more important part of political campaigns and it already is the most expensive means of political communication in modern electoral campaigns. Therefore its form and content, especially an often overlooked question of realities created in political commercials, are worth detailed analysis. These realities, especially definitions of „we,” „them” and „universes” created in political commercials, just like all other aspects of substance and form in political advertising are determined by persuasion, the primary function of this instrument of political communication. On the basis of this statement the author presents rhetorical and narrative models, as well as techniques and mechanisms of construction of persuasive representations of reality. The article concentrates on core elements of these representations such as „we”, „them” and „constructed universes.”

Conclusions presented in this article are based on the content analysis of televised political ads aired in Polish electoral campaigns in 2004, 2005, 2007 and 2009, with the main focus on paid political commercials of Law and Justice and Civic Platform. Theoretical framework of the analysis is based on framing theory enriched by some elements of narrative theory, rhetoric and self-presentation. The article analyses such framing devices as inclusion, exclusion, amplification and narrative structuring, and describes the role of these processes in creating „dystopian” and „arcadian” versions of reality in political ads and building associations between these opposite realities and main actors of political narratives, such as „we” and „them”. The last part of the article explains the meaning of the term „virtual” in the context of realities created in political commercials.

Marek Czyżewski
Uniwersytet Łódzki

"WYZWANIA WSPÓŁCZESNEJ KULTURY A RETORYKA"

Głos w dyskusji

Wytworzony przez Platona wizerunek sofistów jako propagatorów pozornej wiedzy i sprzedających deprawatorów młodzieży był dla nich, jak dzisiaj wiemy, krzywdzący i niesprawiedliwy. Obraz ten zdołał jednak na z górą dwa tysiąclecia zdominować wzory interpretacji, za pomocą których dyskredytowano dokonania sofistów i systematycznie zniekształcano sens ich gigantycznego wkładu w dzieje europejskiej inteligencji. Można powiedzieć, że Europa uczyła się fascynacji ideami dobra, prawdy i piękna czytając dialogi platońskie, lecz ów formatywny proces opierał się na intelektualnym błędzie w punkcie wyjścia. Kulturowa misja sofistów czy interpretacja myśli Platona i Sokratesa, a także punktu widzenia Sokratesa z platońskich dialogów to osobne, nader złożone i nadal sporne kwestie, które stanowią ważny przedmiot specjalistycznych dociekań. W niniejszych, skrótowych uwagach chciałbym zająć się innym aspektem tego dziedzictwa. Otóż zamierzam poddać pod rozwałę przypuszczenie, iż platoński wizerunek sofistów, jak bardzo nie byłby historycznie fałszywy, może się okazać przydatny dla celów diagnozy współczesnego stanu praktyki retorycznej. Mamy bowiem być może do czynienia z ilustracją przepowiedni samospełniającej się (tym razem po wiekach): platońscy sofisci byli zapewne niczym więcej aniżeli tworem polemicznej wyobraźni Platona, lecz stali się całkowicie realni w naszych czasach.

Nie tylko dla potrzeb tej wypowiedzi, ale także z uwagi na względy merytoryczne godzi się w tym miejscu przypomnieć, że terminem pokrewnym, a niekiedy synonimem sofistyki jest w dialogach platońskich retoryka. Wydaje się, że cierpkie słowa platońskiego Sokratesa pod adresem sofistyki/retoryki zadziwiająco dobrze pasują do szeroko dzisiaj rozpowszechnionej postaci praktyki retorycznej. Mam tu na myśli elementy retoryki włączane do komercyjnych szkoleń

z zakresu prezentacji siebie i innych umiejętności komunikacyjnych. O ile sofisci (jak to podkreślał Werner Jaeger, jeden z autorów, któremu zawdzięczamy rehabilitację sofistów w XX wieku) nie wyobrażali sobie nauczania retoryki (sztuki wymowy) bez przekazywania gruntownej wiedzy o polityce, o tyle współczesne nauczanie sprawności retorycznej (wysławiania się) nie ma żadnego związku z pogłębianiem wiedzy o świecie. Łączyć się może natomiast z (jak najbardziej odpłatnym) treningiem innych praktycznych umiejętności (np. negocjacji, mowy ciała, nawiązywania relacji z innymi osobami itd.).

Obraz retoryki i jej miejsca w typologii wiedzy, zawarty w platońskim *Gorgiaszu* zdaje się trafnie opisywać jej współczesną degradację. Czyż nie jest tak, że to dopiero współczesna, komercyjna praktyka retoryczna przeobraziła się w „opartą jedynie na doświadczeniu rutynę, pozwalającą zyskiwać sobie poklask szerokich mas i sprawiać im przyjemność”? (Jaeger, *Paidea*, 2001, s. 690). Czyż miejsce „szkoleniowo” pojmowanej retoryki nie znajduje się pośród pozostałych odmian „sztuki schlebiania”: sofistyki, kosmetyki i sztuki kucharskiej? (tamże). I czy usługowa odmiana współczesnej praktyki retorycznej nie jest „dla duszy ludzkiej tym samym, czym sztuka kucharska dla ludzkiego ciała”? (tamże, s. 691).

Współczesne nauczanie sprawności retorycznych pozbawia zatem retorykę jej potencjalnych możliwości wypowiedzania rzeczy odważnych, mówienia „pod prąd” bez liczenia się z konsekwencjami. W zamian czyni z retoryki narzędzie sprawiania wrażenia na odbiorcach i przyjemności sobie samemu. Ale nie tylko na tym polega kłopot. Preferowany współcześnie tryb nauczania retoryki wpisuje się w szerszą tendencję „pedagogizacji” życia społecznego. Opiera się ona na założeniu, iż źródłem sukcesu i warunkiem unikania porażki na wszelkich możliwych polach aktywności (w działaniach biznesowych, politycznych, obywatelskich, rodzinnych czy intymnych, a także w dziedzinie zdrowia oraz higieny fizycznej i psychicznej) jest nabycie określonych umiejętności, które przyswoić może każdy w drodze kontaktu z ekspertem/trenerem/instruktoorem. Owa „pedagogizacja” ma miejsce w ramach odpłatnych szkoleń lub coraz liczniejszych audycji medialnych o „poradnikowym” profilu. Wiedza praktyczna w tym trybie przekazywana ma często fragmentaryczny, niespójny i powierzchowny charakter. Często udaje własne zakorzenienie w wiedzy rzekomo pogłębionej, jakoby ugruntowanej w koncepcjach i badaniach naukowych. Żongluje hasłami samorozwoju, autonomii, elastyczności, kreatywności i innowacyjności. Odwołując się do późnych wykładów Michela Foucaulta (*Bezpieczeństwo,*

terytorium, populacja, 2010) powiedzieć można, że faktyczną funkcją „pedagogizacji” (w tym także szkoleń z zakresu retoryki) jest zapewnienie przewidywalności i optymalizacji działań w różnych obszarach i wymiarach współczesnego, niezwykle złożonego życia społecznego i tym samym zabezpieczenie populacji przed chaosem i stanami kryzysowymi. Inaczej mówiąc chodzi o „rządomyślność” – współczesną formułę władzy, polegającą na pośrednim kierowaniu postępowaniem ludźmi poprzez wyposażenie ich w poczucie podmiotowej sprawczości i w motywację, by sami kierowali swoim postępowaniem.

Theodor Adorno i Max Horkheimer mówili niegdyś o „przemysle kulturalnym” jako „masowym oszustwie”. Być może dzisiaj warto mówić w podobnym tonie o „przemysle pedagogicznym”. Nie byłoby najgorzej, gdyby wpływy tego „przemysłu” ograniczały się do dziedziny „praktycznych” zastosowań. Jest jednak inaczej, mentalność „użytkowa” promieniuje na wiele dyscyplin uniwersyteckich, nie omijając obszaru naukowych analiz retorycznych i akademickiego nauczania retoryki. Badacze i nauczyciele akademicy reklamują własne metody analizy retorycznej jako przejrzyste i łatwe w obsłudze algorytmy, które pozwalają sprawnie „rozpakować tekst”. Istotnym kryterium oceny analizy retorycznej bywa dewiza „to się ma podobać studentom” albo „to się da zastosować w ramach szkolenia”. Zdarza się, że w notkach biograficznych załączanych do tekstów naukowych lub w samych tych tekstach autorzy zaznaczają własne szkoleniowe atuty. W ten sposób metodologiczna i społeczna samoświadomość współczesnej retoryki może zamienić się w mieszaninę naukowego bezkrytycyzmu i życiowego wygodnictwa. Wbrew pozorom to nie nauka ulega popularyzacji, lecz rozum popularny kolonizuje naukę.

RECENZJA

Maria Załęska

CHRISTIAN PLANTIN
 „LES BONNES RAISONS DES ÉMOTIONS.
 PRINCIPES ET MÉTHODE POUR L'ÉTUDE
 DU DISCOURS ÉMOTIONNÉ.”

Peter Lang, Bern – Berlin – Bruxelles – Frankfurt am Main –
 New York – Oxford – Wien 2011

Słynne zdanie Pascala „serce ma swoje racje, których rozum nie pojmuje” (*le coeur a ses raisons que la raison ne connaît pas*) stanowi komentarz do wielowiekowej tradycji kulturowej na Zachodzie, która przeciwstawia emocje racjonalności. Książka Christiana Plantina pod tytułem - w jedynie przybliżonym tłumaczeniu - „Racje emocji. Zasady i metoda badań dyskursu emocjonalnego” stanowi znakomitą monografię omawiającą rolę owych „racji serca” jako tworzywa argumentacji.

Wbrew zakorzenionym nawykom myślowym, które wykluczają emocje z obszaru racjonalności, Autor ukazuje specyfikę argumentacji wywodzącej się z emocji i/lub opartej na emocjach. Ze względu na erudycyjność i rozmach teoretyczny oraz oryginalność przedstawionej koncepcji, książkę warto przedstawić polskim badaczom retoryki, teorii argumentacji oraz językoznawcom, zainteresowanym badaniem konstruowania emocji w dyskursie.

Książka jest przejrzystie podzielona na dwie części: dziewięć rozdziałów teoretycznych, podsumowanie teoretyczne oraz siedem studiów przypadków, na podstawie których Autor pokazuje działanie swojego modelu w praktyce. Jak wyżej wspomniano, sam tytuł jest trudny do przetłumaczenia. W oryginale Autor mówi o “dobrych [tu w sensie ‘właściwych’, ‘uprawnionych’] racjach emocji” (*les bonnes raisons des émotions*). Wobec tradycji podejrzliwości w stosunku do emocji jako tworzywa argumentacji, użyte sformułowanie stanowi istotną deklarację interpretacyjną: Autor przedstawia bowiem koncepcję emocji jako właściwej materii to formułowania argumentów. Tytułowe pojęcie *discours*

émotionné nie ma oczywistego odpowiednika w języku polskim. Nie funkcjonują w nim bowiem terminy adekwatne do subtelnych francuskich rozróżnień semantyczno-teoretycznych między *émotif*, *émotionnel* i *émotionné*. Najbliższy znaczeniowo wydaje się niezbyt zgrabny po polsku zwrot „dyskurs przesysyony emocjami”.

Pierwszy rozdział książki poświęcony jest ustaleniom terminologicznym dotyczącym zakresu pojęć, tworzących pole semantyczne szeroko rozumianej tytułowej „emocji”. Autor omawia pojęcia afektu, emocji, doznania (chodzi o trudno przetłumaczalne na polski pojęcie *éprouvé*, czyli „to, co doświadczone”), humoru (w odniesieniu do greckiej koncepcji czterech humorów), pasji, *pathosu* oraz uczucia (*sentiment*). W odniesieniu do polskiej terminologii, nie ma natomiast zróżnicowania na *sentiment* jako „uczucie” oraz *sentiment* jako „sentyment”. Nie wymieniono też pojęcia „nastroju”, które nie ma jednoznacznego odpowiednika po francusku.

Następny rozdział omawia retoryczną koncepcję *pathosu* jako koncepcji i metody formułowania dowodów poprzez odwoływanie się do emocji. Autor utrzymuje, że w retoryce *ethos* i *pathos* przeważają nad *logosem*. O ile faktycznie retoryka różni się od logiki w kwestii wagi przypisywanej *logosowi*, o tyle poszczególne koncepcje retoryki różnią się ujęciem roli emocji w perswazji. Model Arystotelesa przypisuje centralne znaczenie *ethosowi*. Autor podkreśla, że traktowanie *ethosu* i *pathosu* jako względnie podobnych środków emocjonalnych wywodzi się dopiero od Cycerona i Kwintyliana, a potraktowanie *pathosu* jako głównego środka perswazji jest jeszcze późniejsze. Autor omawia różne listy emocji, zaliczanych przez specjalistów w zakresie retoryki do *pathosu*, porównując je z aktualnymi psychologicznymi typologiami podstawowych emocji.

W trzecim rozdziale Autor przedstawia drugi komponent emocjonalny ujęty w starożytnej koncepcji retoryki, a mianowicie *ethos*, komplementarny do *pathosu*. *Ethos*, definiowany jako środek emocjonalny kreujący zaufanie, jest traktowany jako dowód zarówno techniczny (zaliczany do *probationes technai*), jak i nietechniczny (czyli jedna z *probationes atechnai*) w sensie retorycznym. Ze względu na zadeklarowany w tytule zamysł metodologiczny książki, istotnym wkładem rozdziału jest także omówienie lingwistycznych wykładników *ethosu* w ujęciu charakterystycznym dla francuskiej analizy dyskursu, czyli m.in. powiązanie przejawów *ethosu* z gramatycznymi wykładnikami osoby, siły illokucyjnej i subiektywności.

Na tle rozważań o koncepcjach emocji, czwarty rozdział wprowadza nowy

wątek: tematykę argumentacji. Autor szkicuje rozwój pojęcia ‘argumentacja’ w teoriach powstałych po II wojnie światowej. Rozdział ten łączy dwa tytułowe zagadnienia: emocje i argumentację. Autor omawia różne ujęcia relacji między emocjami a argumentacją. Wedle pierwszej koncepcji, człowiek jest poddany emocjom, które musi niejako znosić wbrew swej woli; emocje takie jakoby utrudniają, jeśli nie wręcz uniemożliwiają racjonalną argumentację. Według drugiej, to właśnie emocje umożliwiają działanie i mają istotną rolę w formułowaniu argumentów.

Kolejny rozdział rozszerza tematykę emocji i argumentacji o teorię sofizmów. Wiele typów argumentów jest kwalifikowanych bowiem jako erystyczne właśnie ze względu na założenie, że emocje zniekształcają racjonalność i prowadzą do nierzetelnej argumentacji. Same nazwy wielu argumentów erystycznych (np. argument *ad metum* ‘do strachu’) odwołują się do różnych emocji i/lub do szeroko pojętego pola semantycznego emocjonalności. Autor omawia koncepcję *ethosu* erystycznego (*ethos fallacieux*) oraz emocji erystycznych. Czy rzetelna argumentacja z definicji musi być pozbawiona wymiaru emocjonalnego? Czy jest konieczne eliminowanie emocji, aby dojść do konsensusu i wyeliminować różnice opinii? Autor wskazuje na praktyczną niemożliwość argumentacji alek-sytymicznej, pozbawionej wymiaru emocjonalnego.

Rozdział szósty stawia interesujący problem teoretyczny: czy negatywny wpływ emocji na argumentację powinien być sformułowany jako teoria sofizmów (w ramach erystyki) czy też raczej jako antropologia moralna dyskursu? Autor omawia pesymistyczną odpowiedź Port Royal, zgodnie z którą serce stanowi zgubę dla ducha, oraz optymistyczną teorię Milla, według której pasje kierują rozumem bez unicestwiania go.

Siódmy rozdział omawia udział emocji w działaniu: ich odczuwanie i wyrażanie w kontekście różnych sytuacji i bodźców komunikacyjnych. Rozdział łączy teorię emocji w argumentacji i w koncepcjach komunikacji językowej z koncepcjami psychologicznymi. Omawia też podstawowe wzorce emocji, wypracowane w ramach teologii, filozofii, psychologii oraz retoryki. Autor wprowadza także tematykę terminologii emocjonalnej oraz tego, co nazywa „terminologią orientacji emocjonalnej”.

Poprzednio omawiane rozdziały prowadzą do konstrukcji modelu dyskursu argumentacyjnego wyrażającego emocje. Francuska terminologia jest tu bardziej precyzyjna niż polska. Obejmuje ona pięć podstawowych terminów oznaczających wypowiedź w jakiś sposób związaną z emocjami: *ému* ‘wzruszony’,

émotionnant ‘emocjonujący’ oraz *émotionnel*, *émotif*, *émotionné*. Autor wykorzystuje głównie trzy ostatnie: *discours émotionnel* jako nieintencjonalne komunikowanie emocji, *discours émotif* jako intencjonalne komunikowanie poprzez emocje, wreszcie *discours émotionné* można zdefiniować jako wypowiedź nacechowaną emocjonalnie czy też „przesyconą emocjami”.

Rozdział dziewiąty dotyczy kreowania emocji w dyskursie, począwszy od koncepcji retoryki antycznej, a skończywszy na współczesnych modelach interdyscyplinarnych. Rozdział ten jest szczególnie interesujący ze względu na połączenie zasad analizy lingwistycznej oraz psychologicznej w konstruowaniu sytuacji emocjonalnej.

W rekapitulacji Autor podsumowuje zarysowany model teoretyczny, który następnie jest zastosowany w kolejnych siedmiu rozdziałach analitycznych. Studia przypadków poświęcone są różnym uczuciom (wściekłości, strachowi, złości oraz przejściu od apatii do dumy) w konkretnych sytuacjach argumentacyjnych oraz relacji racjonalności i emocji w wybranych gatunkach mowy (list otwarty, opowieść oraz kampania polityczna).

Chociaż książka dotyczy jednego z najdawniejszych wątków pojawiających się w refleksji kulturowej - relacji między emocjami a rozumem – nie był on dotąd przedmiotem tak spójnej i wyważonej analizy, odwołującej się do teorii argumentacji. Rozległość czynników wziętych pod uwagę, omawianych w ramach różnych dyscyplin naukowych i koncepcji teoretycznych ukazuje erudycyjną znajomość tematu przez Autora. Jak wynika z bibliografii, książka jest uwieńczeniem szeroko zakrojonego, wieloletniego programu badawczego.

Opracowanie nie ogranicza się jednak do przeglądu literatury przedmiotu. Autor oferuje oryginalną koncepcję tych relacji oraz wypracowuje własne narzędzia teoretyczno-metodologiczne. Zaproponowany wieloczynnikowy model analizy emocji w argumentacji cechuje wewnętrzna spójność. W stosunku do poprzednich opracowań, model ten przekształca i integruje dotychczasowe sposoby myślenia. Nie jest on bowiem konstruowany z punktu widzenia emocji lub z punktu widzenia argumentacji, lecz uwzględnia oba te składniki jako nierozdzielnie powiązane. W wyniku takiej integracji powstaje nowy, obiecujący paradygmat badawczy, który zmienia dotychczasowy sposób myślenia o relacji emocji i argumentacji i być może zapowiada nową subdyscyplinę badań. Ten nowy paradygmat rozumienia zjawisk zwraca uwagę na kwestie, którymi się wcześniej nie zajmowano lub omawiano jedynie fragmentarycznie. Szczególnym walorem pracy jest uwzględnienie perspektywy międzydyscyplinarnej: włączenie

w rozważania o emocjach koncepcji wypracowanych w ramach teologii, filozofii, psychologii oraz retoryki, a jednocześnie zachowanie spójnego podejścia w ramach teorii argumentacji. Prowadzi to do znaczącego postępu w dyscyplinie nie tylko poprzez odpowiedzi, jakich Autor udziela, lecz także poprzez pytania, których postawienie umożliwia nowe zakreslenie horyzontu badań. Styl naukowy pracy, odzwierciedlający jakość refleksji teoretycznej, przypomina najlepsze wzorce retorycznej *claritas*, w jej słynnej realizacji jako *clarté française*. Precyzja sformułowań i dbałość o definicje umożliwia przetestowanie zaproponowanych pojęć w analizie kolejnych tekstów i potencjalny postęp teoretyczny przy uszczegóławianiu zakresów znaczeniowych pojęć i dogłębniejszym ich rozumieniu.

Przy tak szerokim potraktowaniu tematu nieuniknione są kwestie dyskusyjne. Dotyczy to między innymi ujęcia relacji między retoryką a argumentacją. Autor (str. 85) przeciwstawia argumentację w retoryce (jako część *inventio*) argumentacji konstruowanej przeciw czy wbrew retoryce. Retoryka, ujęta jako praktyka wypowiedzi interesownej, traktowana jest tu jako praktyka ofensywna i przypisywana oratorowi, natomiast argumentacja (nie „teoria argumentacji”), rozumiana jako zestaw reguł służących krytycznej ocenie argumentów, oceniana jest jako defensywna i przypisywana sędziemu. Przywołane rozróżnienie ma sens jako kategoryzacja dwóch obszarów badawczych – retoryki i teorii argumentacji. Jako opozycja dwu praktyk komunikacyjnych (na co wskazywałoby przeciwstawienie *retoryka* i *argumentacja*) budzi jednak zastrzeżenia. Dyskusyjne jest bowiem przypisywanie retoryce wyłącznie funkcji ofensywnych, a z drugiej strony zakładanie, że „sędzia” (rozumiany jako urzędnik trybunału, a nie jako teoretyk argumentacji) jakoby nie odwołuje się do retoryki.

Recenzowana praca stanowi istotny wkład z jednej strony w uporządkowanie omawianego pola badawczego poprzez zebranie rozproszonych wątków, z drugiej – nadaje nowy impet badawczy poprzez inspirujące propozycje teoretyczne i metodologiczne. Ze względu na wartość merytoryczną książki i atrakcyjność podjętego tematu, należałoby życzyć sobie jak najszybszego przetłumaczenia monografii na język polski. Umożliwiłoby to szerokiemu gronu zainteresowanych badaczy włączenie się w pasjonujący „dyskurs przesycony emocjami” na tematy podjęte w opracowaniu.