

IRENA KAMIŃSKA-SZMAJ  
Uniwersytet Wrocławski

## Język polityki na tle przemian kulturowych

We wstępnej części moich rozważań na temat wpływu zmian kulturowych na język polityki chciałabym wyjaśnić podstawowe problemy terminologiczne. W ten sposób nawiążę do konferencji zorganizowanej w Karpaczu w 1993 roku zatytułowanej „Język polityki a współczesna kultura polityczna” (z której artykuły zostały opublikowane w: *Język polityki...* 1994).

Na wspomnianej konferencji podjęto próbę odpowiedzi na pytanie: co to jest kultura polityczna? (Kamińska-SzmaJ 1994), zabrakło natomiast refleksji teoretycznej na temat: jaka jest współczesna kultura polityczna? Zważywszy, że był to okres rodzenia się nowej kultury politycznej społeczeństwa stojącego na progu przemian ustrojowych, trudno było oczekiwać syntetyzujących ujęć, wymagających odpowiedniego dystansu do zachodzących przemian kulturowych, które miały też zasadniczy wpływ na werbalne zachowania wszystkich uczestników komunikacji politycznej, a także na podstawowe reguły tejże komunikacji.

Po kilkunastu latach zmian systemu politycznego w Polsce można się pokusić o pewne podsumowanie współczesnej kultury politycznej społeczeństwa polskiego, tym bardziej że w ostatnim czasie powstało wiele opracowań socjologicznych, politologicznych, psychologicznych opartych na badaniach empirycznych ukazujących podstawowe jej komponenty i próbujących naszą kulturową rzeczywistość polityczną ująć w pewne ramy typologiczne (zob. m.in. Filipiak 1999; *Metafory polityki* 2001; Garlicki, Noga-Bogomilski 2004).

Na zmiany zachodzące w języku polityki spowodowane przemianami kulturowymi chciałabym spojrzeć z perspektywy dwóch ostatnich okresów politycznych w dziejach Polski, przyjmując *a priori*, że rok 1989 wyznacza nie tylko granicę dwóch epok historycznych, ale także granicę kulturową.

Punktem wyjścia do scharakteryzowania kultury politycznej w różnych okresach historycznych jest przyjęcie następującej jej definicji: „Kultura polityczna to – zmienny w czasie, wytworzony głównie pod wpływem tradycji historycznej oraz struktury instytucji politycznych i zasad funkcjonowania danego systemu – całokształt orientacji społeczeństwa, grupy społecznej, jednostek wobec polity-

ki. Jest to sfera subiektywna polityki (wewnętrzne przekonania) znajdująca wyraz w zachowaniach konkretnych i werbalnych” (Garlicki 1991: 26).

Jan Garlicki – autor cytowanej definicji – wyróżnia cztery podstawowe komponenty kultury politycznej: poznawczy (zainteresowanie polityką, wiedza o polityce, znajomość faktów politycznych), aksjologiczny (wartości odnoszone do systemu politycznego), ocenno-afektywny (formułowanie przez grupy społeczne lub jednostki ocen wydarzeń politycznych, sądów wartościujących na temat funkcjonowania instytucji politycznych), behawioralny (uznawane wzory zachowań w sferze polityki i wypróbowane typy działań politycznych) (Garlicki 1991: 26–30; Garlicki, Noga-Bogomilski 2004: 44–49).

Wszystkie wymienione elementy kultury politycznej są ściśle związane z zachowaniami werbalnymi zarówno rządzących, jak i rządzonych, czyli ich wypowiedziami na temat różnych zjawisk z życia politycznego, funkcjonowania systemu, ocenami zachowań polityków, sądami na temat prezentowanych ideologii i systemów wartości. Językowe zachowania w sferze polityki są zdeterminowane modelem komunikacji politycznej, dominującym w określonym systemie politycznym, a także uznawanymi (lub nie) przez społeczeństwo wzorami kultury, kreowanymi i upowszechnianymi przez rządzących, a w systemach pluralistycznych również przez uczestników dyskursu publicznego reprezentujących różne opcje polityczne, głoszących różne ideologie, prezentujących różne systemy wartości. To formy kultury politycznej decydują o tym, jak ludzie dążą do władzy, jak ją rozszerzają, w jaki sposób wywierają wpływ na innych ludzi.

## 1. Kultura polityczna i model komunikacji politycznej w PRL

W opracowaniach na temat kultury politycznej przyjmuje się najczęściej koncepcję typów kultury politycznej zaproponowaną przez Gabriela A. Almonda, który wyróżnił jej trzy podstawowe rodzaje: zaściankowa (parafialna), podporządkowania (poddająca), uczestnictwa (podaję za: Garlicki, Noga-Bogomilski 2004: 50–52).

Zgodnie z tą typologią należy przyjąć, że w okresie PRL dominującym typem kultury politycznej była kultura podporządkowania z elementami kultury zaściankowej i kultury uczestnictwa – zarówno prosystemowego, jak i kontestującego – charakterystyczna dla systemów totalitarnych, rządów autorytarnych, opartych na systemie monopartyjnym, której wyznacznikami są:

– umiarkowany lub niski poziom zainteresowania polityką i niewielka o niej wiedza (wynikające z ograniczonej i kontrolowanej formy aktywności politycznej obywateli, z braku dostępu do różnych źródeł informacji);

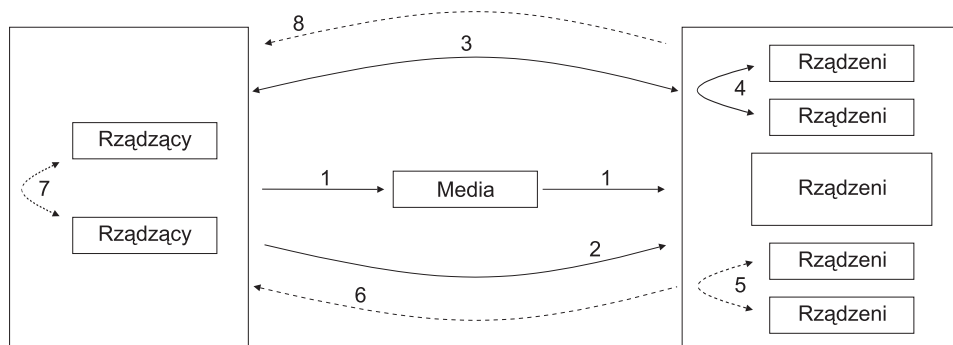
- narzucony przez władzę i zideologizowany system wartości;
- w dużym stopniu ograniczona (przez cenzurę i aparat przemocy) możliwość wyrażania ocen zjawisk politycznych, krytykowania instytucji politycznych, metod sprawowania władzy;
- ograniczony zakres uznawanych wzorów zachowań w sferze polityki (por. Garlicki, Noga-Bogomilski 2004: 144–145).

Ten typ kultury politycznej jest ściśle związany z modelem komunikacji politycznej charakterystycznym dla okresu PRL (szerzej na temat komunikacji politycznej zob. m.in. Goban-Klas 1998; Dobek-Ostrowska 2004; Fras 2005).

W czasach realnego socjalizmu była to komunikacja (jej schemat przedstawiam na ryc. 1):

- przede wszystkim jednokierunkowa (rządzący → rządzeni), w której rządzący selekcionują i reglamentują informacje oraz przekazują rządzonym komunikaty o dominującej funkcji perswazyjnej zgodnie z procedurami przez siebie ustalonymi (ryc. 1, linie 1 i 2);
- oparta na instrumentalnym wykorzystaniu mediów, które zostały podporządkowane centralnej władzy, by realizować ideologiczne cele rządzących (linia 1);
- sterowana na poziomie obywatel → rządzący i jawna między rządzonymi tylko w zakresie działań prosystemowych (linie 3 i 4);
- niedopuszczająca pod groźbą prawnych sankcji spontanicznej, niekontrolowanej wymiany informacji politycznych i krytycznych ocen na temat działania władzy między rządzonymi kontestującymi; ukryte komunikowanie się rządzonych przybierało formę ustnie przekazywanych dowcipów politycznych, napisów na murach, ulotek, wydawnictw podziemnych lub nieupublicznianych listów protestacyjnych do władz (linie 5 i 6);
- niejawna w obrębie elit politycznych (linia 7);
- oparta na niejawnym kanałach informowania rządzących o ocenach krytycznych na temat systemu politycznego i metod sprawowania władzy formułowanych przez obywateli (linia 8).

Dominująca w owych czasach polityczna kultura podporządkowania i model komunikacji głównie jednokierunkowej, ściśle kontrolowanej przez rządzących, znalazły swoje odbicie w powstaniu jednolitego języka polityki, którym władza i media przemawiały do obywateli w celach propagandowych i agitacyjnych (w literaturze przedmiotu często określa się go epitetem *nowomowa*). Ten język propagandy politycznej rządzących odznaczał się swoistym, ograniczonym zbiorem środków leksykalno-frazeologicznych, usuwaniem niektórych wyrazów ze słownika, przekształcaniem, deformowaniem i tworzeniem znaczeń wyrazów na potrzeby jedynie słusznej ideologii, posługiwaniem się utartymi formułami i jednorodnymi (pod względem formy i treści), kanonicznymi tekstami tworzonymi przez pierwszych sekretarzy Komitetu Centralnego PZPR i ich najbliższych współpracowników (powielanymi przez niższy aparat partyjny, a przede wszyst-



-----> Komunikacja niejawna

————> Komunikacja jawna

- 1 – Komunikacja rządzących z rządzonymi za pośrednictwem mediów (przekazujących i wytwarzających teksty kontrolowane przez rządzących)
- 2 – Komunikacja rządzących z rządzonymi
- 3 – Komunikacja między rządzącymi i rządzonymi prosystemowymi
- 4 – Komunikacja między rządzonymi prosystemowymi
- 5 – Komunikacja między rządzonymi kontestującymi
- 6 – Komunikacja rządzonych kontestujących z rządzącymi
- 7 – Komunikacja między rządzącymi
- 8 – Komunikacja urzędowo-polityczna służb specjalnych ukrytymi kanałami

Ryc. 1. Model komunikacji politycznej w PRL

Źródło: opracowanie własne.

kim przez media) oraz gotowymi schematami poznawczymi narzucającymi interpretację rzeczywistości zgodną z ideologią rządzących. W języku tym zawarty był i za pomocą niego upowszechniany jednoznaczny kod kulturowy, czyli narzucany przez władzę system wartości, symboli, mitów i stereotypów (zob. m.in. Głowiński 1991; Bralczyk 1976).

Na marginesie tego języka propagandy rządzących, który opanował całą sferę oficjalnego życia publicznego i którym posługiwała się również w komunikacji politycznej z rządzonymi i między sobą prosystemowa część rządzonych, funkcjonował język kontestacji nielicznej grupy rządzonych. Językiem tym komunikowali się między sobą bez możliwości korzystania z publicznych mediów, czyli była to niejawna wersja języka polityki (ponad cenzurą i wbrew niej) obywateli walczących o zmiany ustrojowe. Niejawna była też komunikacja części rządzonych z rządzącymi przybierająca formę raportów, sprawozdań służb specjalnych i sterowana przez władzę za pomocą środków przymusu lub znacznie rzadziej odbywająca się z inicjatywy rządzonych nastawionych prosystemowo lub kierowanych innymi pobudkami.

## 2. Kultura polityczna i model komunikacji politycznej w III RP

Po roku 1989 – wraz z wprowadzeniem demokratycznych reguł do życia politycznego opartego na systemie porozumień i zagwarantowaniu wolności obywatelom – w III RP rozpoczął się proces powstawania społeczeństwa obywatelskiego, w którym rządzeni stali się równoprawnym podmiotem we wszelkich działaniach publicznych, w tym także, a może przede wszystkim, w komunikacji politycznej. Zmiany te zapoczątkowały również możliwość zaistnienia i kształtowania się demokratycznego wzorca kultury politycznej, którą nazywa się kulturą uczestnictwa, charakteryzującą się:

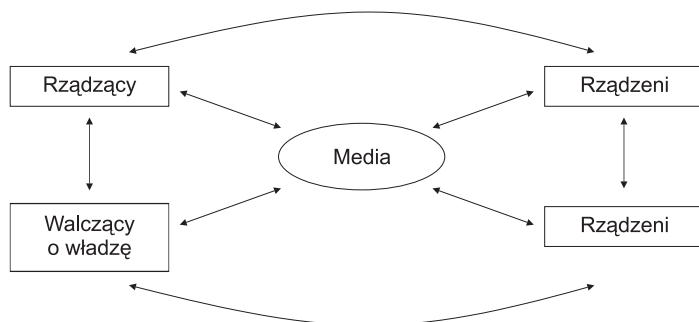
- dużym zainteresowaniem polityką wynikającym z rywalizacji elit politycznych zabiegających o głosy wyborców i z przekonania obywateli o możliwości wpływania na kształt państwa;
- akceptowaniem i wyznawaniem systemów wartości opartych na poszanowaniu praw obywatelskich, na idei wolności i równości;
- swobodą wyrażania różnorodnych opinii i poglądów, formułowania ocen zjawisk politycznych i wartościujących sądów na temat instytucji politycznych;
- szerokim zakresem uznawanych wzorów zachowań w sferze polityki (zob. Garlicki, Noga-Bogomilski 2004: 144–145).

Obserwując życie polityczne w III RP, można stwierdzić, że w naszym państwie powstały warunki do szerzenia się wzoru politycznej kultury uczestnictwa, chociaż kilkadziesiąt lat dominacji kultury podporządkowania pozostawiło ślad w zachowaniach i mentalności polskiego społeczeństwa.

Z kulturą polityczną jest ściśle związany model komunikacji politycznej, który z jednokierunkowego, zdominowanego przez przekazy polityczne rządzących kierowane do rządzonych, przekształcił się po 1989 roku w model wielokierunkowy – wszyscy uczestnicy są traktowani w nim podmiotowo, a media pełnią podwójną rolę, czyli utrwalają i przekazują wypowiedzi uczestników komunikacji bez względu na ich stosunek do rządzących, a także wytwarzają własne komunikaty polityczne (zob. ryc. 2).

Najważniejsze cechy komunikacji politycznej w III RP to:

- powszechny dostęp do różnych źródeł informacji z zachowaniem jawnych procedur komunikowania, w których są wykorzystane zinstytucjonalizowane kanały informacji;
- jawna i wielokierunkowa (najczęściej dzięki pośrednictwu mediów) wymiana poglądów i stanowisk dotyczących działań politycznych związanych ze zdobywaniem i utrzymaniem władzy między wszystkimi uczestnikami procesu komunikacyjnego (rządzącymi, walczącymi o władzę, rządzonymi, a także mediami, ściślej zaś – dziennikarzami tworzącymi teksty polityczne);



Ryc. 2. Model komunikacji politycznej w III RP

Źródło: opracowanie własne.

– włączenie komunikowania politycznego w obręb kultury masowej (media-tyzacja polityki, urynkowienie polityki, czyli traktowanie wypowiedzi na tematy polityczne jako towaru na sprzedaż).

Nowy wzorzec kultury politycznej (kultury uczestnictwa sprzężonej z kulturą masową) oraz model komunikacji politycznej, oparty na przemienności ról uczestników procesu komunikowania się, diametralnie zmieniły warunki funkcjonowania języka polityki, który z narzędzia podporządkowanego sztywnym regułom komunikowania się rządzących z rządzonymi stał się instrumentem wyrażania różnych poglądów, idei i wartości za pomocą zróżnicowanych środków językowych. Ich dobór zależy od wielu czynników zewnątrz- i wewnątrzjęzykowych, a także od kompetencji językowej zmieniających się nadawców komunikatów politycznych.

W okresie PRL w komunikacji politycznej dominował jeden rodzaj języka polityki, jednorodny pod względem treści i formy – był to język propagandy politycznej (alternatywą dla tego typu komunikowania się mogły być jedynie teksty zakazane, wykluczone z oficjalnego obiegu, wypisywane na murach, rozpowszechniane przez wydawnictwa podziemne lub funkcjonujące w kontaktach towarzyskich, najczęściej w formie dowcipów politycznych).

Po 1989 roku język komunikacji politycznej jest zależny od tego, kto i do kogo mówi oraz w jakiej sytuacji komunikacyjnej i jakim kanałem realizowany jest przekaz o treści politycznej. Umownie ten kod werbalny służący porozumiewaniu się uczestników komunikacji politycznej określa się terminem język polityki, z zastrzeżeniem, że jest on konglomeratem rozmaitych stylów funkcjonalnych oraz różnych idiolektów i że na poziomie *parole* reprezentowany jest przez różnorodne zbiory wypowiedzi o tematyce politycznej, które łączy przede wszystkim to, że są skierowane do masowego odbiorcy, a wykorzystane w nich środki językowo-stylistyczne podporządkowane są dominującej funkcji perswazyjnej.

W miejsce jednego oficjalnego języka propagandy politycznej dominującego w PRL i funkcjonującego poza obiegiem oficjalnym nielicznych odmian języka kontestacji pojawiły się w III RP języki, a właściwie style wypowiedzi, m.in. takie jak np. wyodrębniane na podstawie kryterium politycznego: język lewicy, prawicy, liberałów, konserwatywno-narodowy, lub na podstawie wspólnoty komunikatywnej, która je tworzy, upowszechnia i z nim się identyfikuje: język „Gazety Polskiej”, Radia Maryja, „Gazety Wyborczej”, „Trybuny”, „Nie”, czy też na podstawie jednostkowego nadawcy będącego silną osobowością polityczną, a zarazem wyrazistą językowo: język Wałęsy, Leppera, Rokity, Niesiołowskiego.

Na zupełnie innej płaszczyźnie plasuje się podział języka polityki (dokładniej: tekstów politycznych) uwzględniający różne rodzaje aktów komunikacyjnych i gatunków mowy, np. język debat politycznych, kampanii wyborczych, przemówień politycznych, język *exposé* premierów, język wiadomości, komentarzy, wywiadów prasowych itp. (zob. m.in. Ożóg 2004; Fras 2005).

Nazwa *język* we wszystkich tych podziałach jest używana umownie, a fakt posługiwania się nią w literaturze przedmiotu na oznaczenie różnych zjawisk (systemowych, tekstowych, komunikacyjnych itp.) świadczy o pilnej potrzebie ujednoczenia i uporządkowania terminologii w badaniach interdyscyplinarnych nad kodem werbalnym używanym w działaniach politycznych.

### 3. Cechy prymarne języka propagandy politycznej

Zasygnalizowana tu wcześniej niejednorodność tekstów politycznych nie wyklucza wyabstrahowania z ogromnego ich zbioru podstawowych cech językowych wyróżniających przynajmniej większość z nich, a na pewno te, które można nazwać prototypowymi. Do takich zaliczam wypowiedzi polityków walczących o władzę (o jej zdobycie, utrzymanie, rozszerzenie) skierowane do rządzonych, czyli posługujących się językiem propagandy politycznej – najważniejszym podtypem języka polityki.

W każdym języku propagandy politycznej, niezależnie od systemu politycznego, wykorzystuje się językowe środki perswazji znane już od starożytności, służące do zjednywania jak największej liczby zwolenników, którzy są nakłaniani do popierania prezentowanych programów politycznych, głoszonych idei i wizji porządkowania świata. W tym celu politycy posługują się przede wszystkim takimi tropami, jak metafora, metonimia, synekdocha, hiperbola, katachreza, antonomazja, peryfraza, ironia, a także wieloma figurami słownymi. Zmienia się nasilenie różnych chwytów retorycznych w zależności od sytuacji politycznej, lecz zasób środków językowych w tekstach jest podobny, a cel ich użycia ten sam: mają one kształtować motywacje rządzonych do działań zgodnych z intencją rządzących.



Elity władzy chętnie posługują się hasłami (sloganami), stereotypami, etykietkami będącymi wygodnym narzędziem do skondensowanego opisu i wartościowania otaczającego świata. Stosują dychotomiczne uogólnienia, które wprawdzie zafałszowują obraz rzeczywistości, ale są bardzo użyteczne w masowej perswazji. Z tym wiąże się charakterystyczna dla języka propagandy tendencja do upraszczania, generalizacji i kategoryzacji, przejawiająca się między innymi w arbitralnym przydzielaniu konkretnego człowieka do różnych kategorii nazw osób istniejących w języku lub tworzonych na potrzeby ideowe (*imperialista, kulak, trockista, stalinista, postkomunista, populistą, liberal*) czy też w tworzeniu negatywnego zbiorowego typu osobowości, czemu służy np. użycie nazwisk w liczbie mnogiej (*Rydze, Kuronie, Krzaklewscy, Leppery*) lub derywatów od nazwisk (*mikołajczykowiec, buzkowiec, wałęsista*).

Walczący o władzę obalają opinie, sądy przeciwników / wrogów (rzeczywistych lub wykreowanych przez nich), stosując argumentację emocjonalną wzmocnioną językiem agresji, wykorzystując uproszczoną aksjologię, dwubiegunowe wartościowanie, oparte na opozycji my–oni, której zawartość członów zmienia się wraz ze zmianą rządzących. To przeciwstawienie jest ściśle związane z kategorią wroga, która zajmuje bardzo ważne miejsce w języku propagandy, większość bowiem środków językowych, zwłaszcza metafor i epitetów, jest wokół niej skoncentrowana.

Rządzący zachwalają też swoją partię, siebie, swoje dokonania, używając słownictwa podniosłego, dobierając słowa o dodatnim nacechowaniu emocjonalnym, a nazwom związanym z ich działalnością przypisują przez kontekst pozytywne konotacje. Jednym słowem – budują mity o sobie i swojej partii.

Oprócz aktów chwalenia pojawiają się obietnice, ostrzeżenia i groźby, a różnica między językiem propagandy peerelowskiej i tej współczesnej polega na proporcji w ich stosowaniu, a zwłaszcza na możliwości w systemie demokratycznym obnażania ukrytych intencji nadawców owych aktów i weryfikacji zawartych w nich treści. Z aktami obietnicy powszechnymi w języku propagandy wiąże się wiara rządzących w magiczną moc słowa, toteż projektowany, pożądany stan rzeczywistości często przedstawiają jako aktualny, (prawie) realny. Przy czym rządzący starają się opanować umiejętność takiego konstruowania tekstów, by móc uniknąć odpowiedzi w kategoriach prawdy i fałszu.

Teksty polityczne rządzących charakteryzują się wysokim stopniem niedokreśloności i wieloznaczności, dlatego w różnych okresach rządzenia mogą oni interpretować swoje wypowiedzi zgodnie z aktualnymi celami politycznymi (nawet w PRL zmieniała się interpretacja tekstów doktrynalnych).

W każdym języku propagandy politycy stosują słownictwo emotywno-aksjologiczne, dbają o emocjonalizację odbioru swoich przekazów, odwołują się do wspólnoty interesów, przekonują do swojej wizji świata, proponują (ale też i narzucają, stosując techniki manipulacyjne) określony system wartości. Emocje, namiętności, uczucia i nastroje odgrywają ważną rolę w myśleniu i działaniu pro-



pagandowym. Słownictwo wartościujące w PRL zmieniało się w niewielkim zakresie i zawsze, w mniejszym lub większym stopniu, było podporządkowane ideologii marksistowsko-leninowskiej, której założenia wcielała w życie i wyrażała w słowach rządząca nieprzerwanie od 1948 roku partia. Po 1989 roku ścierają się różne systemy aksjologiczne, a w języku propagandy wraz ze zmianą rządzących pojawia się język wartości partii, która zwyciężyła w wyborach.

W języku propagandy znane jest zjawisko powoływania się na opinię publiczną, dobro ogółu, rację stanu, dziejową konieczność itp. Ponadto przywołuje się różne autorytety, których cytowane wypowiedzi mają wzmocnić wagę przekazów politycznych. Mogą to być fragmenty wypowiedzi wieszczów, ludzi nauki, autorytetów moralnych spoza świata polityki (np. słowa papieża Jana Pawła II we współczesnym języku polityki). Sięga się też do tekstów źródłowych twórców ideologii, wybierając z nich te treści, które w określonej sytuacji politycznej współgrają z zamierzeniami rządzących. Sytuowanie cudzych słów w tekstach propagandowych jest zabiegiem powszechnym, gdyż słowo autorytatywne – jak zauważa Michaił Bachtin – jest nierozzerwalnie związane z władzą polityczną i jest przez nią instrumentalnie wykorzystywane (Bachtin 1982: 184).

Rządzący z tradycji i historii czerpią tylko to, co jest przydatne w osiągnięciu doraźnych celów politycznych, powiększają więc znaczenie pewnych historycznych faktów, a marginalizują sens innych (lub zacierają pamięć o nich), zdają sobie bowiem sprawę z tego, że pamięć przeszłości wpływa na percepcję aktualnych zdarzeń. Werbalnym przekazom towarzyszą wizualne symbole, specjalnie dobrane kody akustyczne, rytualne ceremonie, zmieniające się wraz ze zmianą partii rządzącej. Znaczenie historycznej obrzędowości doceniali zarówno rządzący w PRL (przykładem odcięcie się od tradycji „burżuazyjnych” symboli, czyli np. od orła w koronie, zmiana umundurowania wojska – wycofanie rogatywki, a w zamian wprowadzenie symboliki związanej z tradycją ruchu robotniczego, takiej jak np. czerwony sztandar, młot i sierp), jak i w III RP (podkreślanie przez celebrowanie przywróconych i tworzonych świąt państwowych i religijnych ważności narodowej tradycji, przywrócenie orła w koronie, wnoszenie symboli religijnych do parlamentu, wykorzystywanie ich w kampaniach wyborczych itp.). W każdym języku propagandy istnieje walka o symbole i walka na symbolach, każdy też język propagandy pozostaje na usługach jakiejś ideologii.

#### 4. Cechy różniące język propagandy w PRL i III RP

Zmiany, jakie zaszły w języku propagandy politycznej, zdeterminowane nowym wzorcem kultury politycznej, polegają głównie na urozmaiceniu i nasileniu pewnych językowych środków perswazji lub unikaniu tych (nie zawsze skutecznie), które były typowe dla propagandy okresu realnego socjalizmu. W przeci-

wieństwie do współczesnego języka propagandy ten z czasów PRL był szablonowy, przewidywalny pod względem treści i formy, cechowały go ideologicznie ustabilizowany leksykon i utarta frazeologia oraz schematy składniowe z rozbudowanymi członami nominalnymi i długie etykietalne formuły. Charakteryzował się on obecnością idiomatycznych określeń oraz używaniem terminów sytuacyjnych, którymi zastępowano zakazane pojęcia (takie jak *strajk*, *opozycja*). Ten skostniały język ożywał się jedynie w okresach kryzysowych, gdy należało rządzonych postraszyć i przypomnieć, że obowiązujący system polityczny jest nienaruszalny. Wtedy rządzący z większym nasileniem używali formuł czerpanych z klasyków marksizmu i leninizmu, a przede wszystkim poszerzali swój zasób leksykalny o słownictwo inwektywne (w granicach ściśle ustalonych przez ich nieliczne, uprawnione do tego grono), skoncentrowane wokół kategorii wroga – tego stałego (wroga klasowego) i tego zmieniającego się, wykreowanego na użytek danej sytuacji politycznej związanej z wydarzeniami w kraju i za granicą.

Rządzący w III RP w odróżnieniu od tych z czasów PRL z jednej strony dostosowują swój język w zakresie zarówno formy, jak i warstwy symbolicznej do kompetencji językowej i wzorów kulturowych wspólnoty komunikacyjnej, do której kierują swoje teksty, schlebując jej gustom językowym i przekonaniom, a tym samym licząc na jej poparcie w zabiegach o zdobycie władzy. Z drugiej zaś strony przez różne zabiegi retoryczne język obietnic i nadziei wzmocniony symbolami i mitami, przez powielanie nośnych treściowo i atrakcyjnych stylistycznie formuł, wypowiedzi nacechowanych emocjonalnie wpływa na sposób komunikowania się tych wspólnot, dostarczając im wzorców mówienia, wyznaczając zakres znaczeń uzgodnionych, podsuwając schematy poznawcze pozwalające ogarnąć rytualny chaos panujący w świecie polityki (*Rytualny chaos...* 1997).

W PRL system monopartyjny i brak demokratycznych zasad wyboru władz nie zmuszał rządzących do werbalizowania swoich dążeń w języku rządzonych, a wręcz przeciwnie – to rządzi w kontaktach z władzą powinni byli przemawiać językiem zadekretowanym przez rządzących, uznanym za jedynie obowiązujący w oficjalnym życiu publicznym, i zachowywać się zgodnie ze scenariuszem przez nich nakreślonym. Ponadto język propagandy realnego socjalizmu wykreował obraz odbiorcy pożądanego, nierzeczywistego i do niego kierował swoje komunikaty polityczne. W językowym obrazie świata propagandy peerełowskiej nie istnieje kategoria różnych punktów widzenia, gdyż nie dopuszczał on polemiki z rządzonymi, z góry zakładając istnienie jednej tylko wspólnoty komunikatywnej, w myśl podstawowej zasady ideologicznej o jedności narodu utożsamianego z klasą robotniczo-chłopską z dodatkiem inteligencji pracującej. Stąd posługiwanie się rządzących pierwszą osobą liczby mnogiej, tworzenie inkluzywnego *my* i jednocześnie wykluczenie z zasięgu publicznej komunikacji obywateli niepoddających się zasadom wcielenia w obręb wykreowanej wspólnoty komunikatywnej.

W III RP obserwujemy wyraźną personalizację polityki, co wiąże się z odejściem od wzoru kultury kolektywistycznej dominującym w PRL na rzecz kultury indywidualistycznej typowej dla społeczeństw demokratycznych (choć kolektywistyczne myślenie jest silnie zakorzenione w polityce i również jego retoryczne przejawy można zaobserwować w języku współczesnych polityków). Po 1989 roku niemal każdy polityk (rządzący i walczący o władzę) wnosi do języka propagandy własne, indywidualne preferencje językowe, dlatego język ten jest urozmaicony, bogaty w środki synonimiczne, pełen okazjonalizmów i kolokwializmów, zaskakujących metafor, dowcipnych powiedzonek, oryginalnych skojarzeń wynikających z gry językowej. Politycy w III RP wykazują się dużą inwencją słowotwórczą, nie tylko po to, by nazywać nowe zjawiska w szybko zmieniającej się rzeczywistości politycznej, ale również aby modyfikować znaczenia już istniejących nazw, włączać je w obieg społeczny z dodanymi przez siebie konotacjami. Odświeżanie leksyki motywowane jest też znanym zjawiskiem emocjonalnego zużywania się wyrazów, stąd dążność do tworzenia nowych derywatów przez wykorzystanie formantów produktywnych w polszczyźnie potocznej (np. sufiksów *-ak*, *-al*, *-uch*, *-uś*) lub przez zmianę funkcji sufiksów typowych dla polszczyzny naukowej (np. *-izm*, *-izna*, *-(a)cja*), stąd też nasilenie zjawiska tworzenia derywatów od nazw własnych, a zwłaszcza od nazwisk polityków, a także nasycenie tekstów politycznych potocznościami (zob. szerzej m.in. Kamińska-Szmaj 2001; Kudra 2001).

W języku propagandy politycznej III RP obecny jest „duch zabawy” (zob. Magdoń 1995), co wiąże się z jednej strony z mediatyzacją polityki, z drugiej zaś – z postrzeganiem jej jako gry, a to pociąga za sobą używanie słownictwa i metaforyki oddającej atmosferę rywalizacji (o metaforyce zob. szerzej m.in.: Frankowska 1994; Borkowski 2003; Fras 2005). Mediatyzacja polityki, wciągnięcie jej w krąg kultury masowej wpływa także na jej udramatyzowanie, na pokazywanie działań polityków jako spektaklu władzy, co w konsekwencji mobilizuje ich do poszukiwania takich wyrazistych form wyrazu (na poziomie kodu werbalnego i pozawerbalnego), które umożliwiłyby im zaistnienie w przestrzeni medialnej.

Na zmianę zasobu środków językowo-stylistycznych stosowanych po 1989 roku w języku propagandy ma również wpływ rola, jaką sobie przypisują w życiu politycznym rządzący. Peierelowski wzór wiedzonego jedynie słuszną ideologią i o władniętego misją wprowadzania nowego porządku dziejowego przywódcy narodu, w późniejszym okresie zatroskanego gospodarza kraju, zostaje zastąpiony po 1989 roku wizją polityka pragmatycznego, podporządkowanego regułom demokracji i zasadom kultury sukcesu, znającego prawa rynku, próbującego pogodzić sprzeczne interesy swoich wyborców, aczkolwiek również w czasach III RP niektórzy politycy starają się narzucić społeczeństwu swoją jedynie słuszną wizję świata i posługują się retoryką mającą przekonać obywateli o ich misji naprawy Rzeczypospolitej.

\*

Wszystkie omówione tu w dużym uproszczeniu zjawiska wynikające z przemian kulturowych, a zwłaszcza swoboda wypowiedzi, tworzenie się różnych wspólnot komunikacyjnych, personalizacja polityki i jej mediatyzacja, włączenie działań politycznych w obręb kultury masowej, odcisnęły swe piętno na języku polityki, który w swej wersji podstawowej (rządzący → obywatele), niezależnie od ustroju, zawsze pozostaje językiem propagandy i agitacji, wykorzystującym wszystkie możliwe środki perswazji, zarówno jawne, jak i ukryte, i zawsze podporządkowane jednemu celowi: zdobyciu, utrzymaniu i poszerzeniu władzy.

## Bibliografia

- Bachtin Michaił (1982), *Problemy literatury i estetyki*, przeł. Wincenty Grajewski, Warszawa.
- Borkowski Igor (2003), *Świt wolnego słowa. Język propagandy politycznej 1981–1995*, Wrocław.
- Bralczyk Jerzy (1976), *O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych*, Kraków.
- Dobek-Ostrowska Bogusława (2004), *Media masowe i aktorzy polityczni w świetle studiów nad komunikowaniem politycznym*, Wrocław.
- Filipiak T. (1999), *Typologia kultury politycznej oraz zachowań publicznych*, [w:] *Pokolenia. Kultura. Polityka. Księga Jubileuszowa na 65-lecie Profesora Bronisława Gołębiowskiego*, pod red. Wojciecha Jarmołowicza, Warszawa.
- Frankowska Maria (1994), *Frazeologia i metaforyka w tekstach politycznych lat 1989–1993*, [w:] *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, pod red. Janusza Anusiewicza, Bogdana Sicińskiego, *Język a Kultura*, t. 11, Wrocław.
- Fras Janina (2005), *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*, Wrocław.
- Garlicki Jan (1991), *Kultura polityczna młodzieży studenckiej*, Warszawa.
- Garlicki Jan, Noga-Bogomiłski Artur (2004), *Kultura polityczna w społeczeństwie demokratycznym*, Warszawa.
- Głowiński Michał (1991), *Nowomowa po polsku*, Warszawa.
- Goban-Klas Tomasz (1998), *Wstęp*, [do wyd. polskiego w:] Brian McNair, *Wprowadzenie do komunikowania politycznego*, Poznań.
- Metafory polityki* (2001), pod red. Bohdana Kaczmarka, Warszawa.
- Język polityki...* (1994), *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, pod red. Janusza Anusiewicza, Bogdana Sicińskiego, *Język a Kultura*, t. 11, Wrocław.
- Kamińska-Szmaaj Irena (1994), *Co to jest kultura polityczna?*, [w:] *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, pod red. Janusza Anusiewicza, Bogdana Sicińskiego, *Język a Kultura*, t. 11, Wrocław.
- (2001), *Słowa na wolności. Język polityki po 1989 roku. Wypowiedzi, dowcip polityczny, zbiór inwektyw*, Wrocław.
- Kudra Barbara (2001), *Kreatywność leksykalna w dyskursie politycznym polskiej prasy lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych*, Łódź.
- Magdoń Andrzej (1995), *Duch zabawy w mediach*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3–4.
- Ożóg Kazimierz (2004), *Język w służbie polityki. Językowy kształt kampanii wyborczych*, Rzeszów.
- Pisarek Walery (1976), *Język służy propagandzie*, Kraków.
- Rytualny chaos...* (1997), *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, pod red. Marka Czyżewskiego, Sergiusza Kowalskiego, Andrzeja Piotrowskiego, Kraków.

## The language of politics against cultural transformations

### Summary

The aim of this article is to present changes in the language of politics caused by cultural transformations in the light of two recent political periods in the history of Poland. It has been assumed a priori that the year 1989 is the turn of two historic epochs but also remains a cultural limit. On the basis of a text analysis I prove that language behaviour in the area of politics is determined by a political communication model dominant in a certain political system. The language behaviour mentioned above is also determined by cultural patterns accepted (or not) by a given society, created and disseminated by ruling politicians and – in pluralistic systems – also by participants in a public discourse representing various political options, propagating various ideologies and finally representing various systems of values.