Anetta Bogusława Strawińska
Uniwersytet w Białymstoku

Autopromocja współczesnych polityków – językowe i pozajęzykowe mechanizmy na wybranych przykładach

1. Uwagi wstępne

Impulsem do podjęcia badań dotyczących głównie werbalnej kreacji medialnego wizerunku osób działających obecnie w sferze polityki stała się następująca konstatacja K. Ożoga: „język polityki ubożeje, traci swoją elegancję i staje się coraz bardziej szablonowy. Sejm RP był niejednokrotnie widownią gorszących scen językowych. Padają tu wulgaryzmy, słowa obraźliwe, prymitywne sformułowania. Polacy źle oceniają współczesny język polityki" (Ożóg 2007: 106–107).

Celem artykułu jest próba[1] przedstawienia rudymentarnych językowych i pozajęzykowych strategii autopromocji wykorzystywanych przez współczesnych polityków. Szczegółowej analizie poddane zostały takie techniki jak: inscenizacja pokazów, deklaracji i rekwizytów kompetencji, szukanie wymówek oraz podkreślanie przeszkód. Autopromocja, według A. Kacperczyk, to jeden z pięciu komponentów[2] autoprezentacji taktycznej, do której osoby biorące czynny udział w życiu politycznym państwa wykorzystują przede wszystkim język. Terminu język polskiej sceny politycznej używam w zna-

[1] Ze względu na złożoność zagadnienia i syntetyczny charakter tekstu jest to próba pobieżna. Artykuł ma charakter wprowadzający.

[2] Cztery pozostałe strategie to: ingracjacja (ang. *ingratiation*, tj. „wkradanie się w cudze łaski"), czyli działanie mające na celu zdobycie sympatii, kreowanie wizerunku osoby doskonałej moralnie (ang. *exemplification*), zastraszanie (ang. *intimidation*), projektowanie portretu jednostki bezradnej (ang. *supplication*), A. Kaceprczyk, *Autoprezentacja* (http://arcofwork.blogspot.com/2007/11/hiperulego.html, dostęp: 7.05.2014).

czeniu „odmiana językowa (wariant, wersja, typ) polszczyzny, podobnie jak język uczniowski lub złodziejski" (Walczak 1994: 15).

2. Język polityki czy język polityków?

Język współczesnej polityki, jako zjawisko społeczne, stanowi obszerne pole badawcze. O jego istnieniu, jak pisze J. Bralczyk (2007: 229), nikogo przekonywać nie trzeba. Obecność tej specyficznej i zróżnicowanej odmiany polszczyzny ogólnopolskiej[3] już w latach 70. XX w. potwierdza S. Barańczak (1975: 44–57). Nie przypisuje on jednak językowi polityki samodzielnego bytu, a terminu używa w cudzysłowie (Barańczak 1975: 55). Zdaniem A. Siewierskiej-Chmaj, do końca lat 90. XX wieku język polityki analizowano wyłącznie na poziomie nowomowy (Siwierska-Chmaj 2006)[4]. Przedmiot uwagi autorów kanonicznych opracowań dotyczących zróżnicowania języka polityki stanowią głównie słownictwo i frazeologia polityczna (por. Bralczyk 1999: 198, Fras 1999: 83–110, Kamińska-Szmaj 2001, Ożóg 2007: 103–111 czy Kudra 2001). W polskich badaniach językoznawczych nie ma również zgodności co do statusu analizowanej odmiany. Tezę tę potwierdza następująca wątpliwość J. Fras: „Czy język polityki jest odmianą stylową, funkcjonalną polszczyzny ogólnej? Dotychczasowe ujęcia sytuowały teksty polityczne w kilku różnych odmianach: w obrębie stylu publicystycznego, dziennikarskiego, retorycznego, etc. Odmiana polityczna nie jest więc uznana za klasyczną odmianę funkcjonalną. Wielu badaczy uważa jednak wyodrębnienie języka polityki za celowe i uzasadnione" (Fras 1999: 88).

---

[3] O specyfice tej odmiany świadczy „nieskrępowane korzystanie w działaniach politycznych z niemal wszystkich rejestrów polszczyzny: od najbardziej podniosłego patosu do wulgarnej nawet potoczności, od wyrafinowanej terminologiczności do populistycznego pustosłowia" (Bralczyk 1999: 198). Zróżnicowanie zaś potwierdza fakt, że na omawianą odmianę polszczyzny składają się teksty „należące do różnych gatunków wypowiedzi [...], inaczej jest realizowana w prasie, radiu i telewizji, jeszcze inaczej w *expose* premierów i ministrów" (Ożóg 2007: 104).

[4] Zdaniem autorki, termin nowomowa nie spełnia wymogów, jakie zwykle nakłada się na terminy *stricte* naukowe. Siwierska-Chmaj sugeruje, że przywoływany termin pochodzący z ang. *newspeak* i pierwotnie oznaczający język opisany w totalitarnym państwie z powieści *Rok 1984* Georga Orwella był stosowany w PRL-u w odniesieniu do wypowiedzi władzy, które cechowała magiczność, rytualność, schematyczność oraz szablonizacja. W konsekwencji komunikacja władzy z obywatelem miała charakter pozorny. Była fikcją tworzoną podczas wystąpień na plenach i zebraniach, wyrażającą się w hasłach. Badając „komunistyczną nowomowę zwracano uwagę na wartościujący charakter niby-opisowych sądów, na deklaracyjną i kontrolną funkcję tekstów, na ich specyficznie sformalizowaną dyrektywność, także na przewagi ideologii nad sensem, nad wiernością ustabilizowanemu leksykonowi, nad regułami frazeologii i składni" (Bralczyk 1996: 122; Głowiński 2009; Pisarek 2007: 356–368; Bihr 2008: 14–18).

Ujednolicenia definicji języka polityki dokonuje B. Walczak (1994: 15–20). Zdaniem badacza, język polityki to występującą prymarnie w wariancie oficjalnym, funkcjonalna odmiana polszczyzny, wykorzystywana w tekstach, które: „1. są wytwarzane przez środowisko polityków i ludzi z nimi związanych (doradców, rzeczników prasowych, pozostających na usługach polityków specjalistów z dziedziny socjotechniki, propagandy, reklamy itp.) oraz dziennikarzy specjalizujących się w problematyce politycznej, 2. są adresowane intencjonalnie do wszystkich użytkowników języka ogólnego, 3. dotyczą sfery polityki, 4. odznaczają się dominacją funkcji perswazyjnej (przy obecności – w różnych tekstach tej odmiany w bardzo różnym stopniu, w tym również zerowym – także innych funkcji, takich jak informacyjna, ekspresywna czy autoteliczna)" (Walczak 1994: 20).

Język polityki jako odrębny fenomen traktuje również S. Dubisz (1992: 148–157). Według badacza, mamy do czynienia z przedmiotowym wariantem polszczyzny, zawierającym różnorodne elementy, zaczerpnięte z różnych stylów i odmian: „w obrębie języka polityki występują elementy językowe charakterystyczne przede wszystkim dla dwóch stylów realizowanych w większym stopniu w mówionej odmianie polszczyzny oraz czterech stylów, których głównym zakresem występowania jest polszczyzna pisana. Elementy odmiany mówionej pochodzą ze stylu retorycznego i potocznego zaś elementy odmiany pisanej – ze stylu publicystyczno-dziennikarskiego, urzędowego, naukowego i artystycznego" (Dubisz 1992: 153)[5].

Sąd ten podziela K. Ożóg, zdaniem którego „język polityki wyróżniany na podstawie cech pozostających na zewnątrz systemu językowego, to odmiana [...] łącząca różne style i sposoby mówienia, która obsługuje działalność publiczną związaną z funkcjonowaniem państwa, sprawowaniem władzy, podejmowaniem decyzji, uzasadnianiem tychże, stanowieniem prawa, bieżącą działalnością parlamentu, prezydenta i innych organów władzy, z działalnością partyjną, samorządową, z kampaniami wyborczymi" (Ożóg 2004: 39).

[5] Zdaniem badacza, „język polityki charakteryzuje się deformowaniem znaczeń wyrazów, szablonowością, upowszechnieniem kiczu stylistycznego, wielosłowiem i ogólnikowością stwierdzeń. Jak widać jest to nie tyle wynikiem «ujemnej swoistości» tego wariantu polszczyzny, ile przejmowaniem przezeń większości uchybień i wykroczeń leksykalnych typowych dla stylu publicystyczno-dziennikarskiego i urzędowego. W słownictwie języka polityki dają się również zauważyć wpływy stylu naukowego i zawodowych odmian polszczyzny, które dostarczają przede wszystkim terminów, dotyczących szczególnie kwestii społeczno-ekonomicznych i administracyjnych, oraz wyrazów, wyrażeń i zwrotów profesjonalnych. Wreszcie ze stylem retorycznym i artystycznym wiążą słownictwo języka polityki pewne środki leksykalno-semantyczne – używanie epitetów i metafor oraz tendencja do stosowania tzw. figur retorycznych, słownictwa patetycznego i oceniającego" (Dubisz 1992: 157).

Z kolei badania J. Bralczyka *expressis verbis* dowodzą, że język dzisiejszej polityki to „osobna odmiana «języka», której konstytutywną cechą jest manipulacja oraz perswazja" (Bralczyk 1985: 103), a politycy wypowiadając się (każdy w sposób sobie właściwy) publicznie permanentnie ignorują zasadę, „że za dowolność językową spotyka sankcja prawna, moralna czy obyczajowa" (Bralczyk 2003: 105). Badacz, dodatkowo zwraca uwagę na normotwórczy charakter języka polityki. Akcentuje fakt, iż „ludzie mogą przejmować zwyczaje językowe polityków. Ale ponieważ politycy, by ludzi przekonywać, coraz częściej korzystają ze wszystkich językowych rejestrów, możemy mieć poczucie coraz mniejszej obecności tej odmiany języka – a z czasem może nawet zniknie świadomość istnienia tej odmiany. Będziemy mówili jak politycy, którzy będą mówili jak my" (Bralczyk 2003: 230). Podkreśla także, że „dziś mamy do czynienia z sytuacją, gdy język polityki podporządkowany został mediom i ograniczeniom wypływającym z kultury masowej. Trzeba mówić krótko, szybko, wyraziście, wręcz dosadnie, nie można używać języka skomplikowanego, argumentacja nie może być zbyt rozbudowana. To wymusza także konieczność skrajnego upraszczania tego, co się mówi"[6].

Z wyżej przytoczonym poglądem polemizuje M. Karwat. Pisze on: „pomimo zindywidualizowania można usiłować uchwycić katalog pewnych charakterystycznych znamion, jakie cechują wypowiedzi polityczne. Znamionami tymi są: duże nasycenie nazwami generalnymi i abstrakcyjnymi, normatywny charakter terminów, narzucanie ocen, ich ogłaszanie i uzasadnianie, narzucanie wymagań, roszczeń, formułowanie nakazów, zakazów, rygoryzm a nawet represywność, silny ładunek emocji, wysoki poziom stronniczości i tendencyjności, równocześnie wieloznaczności, obciążonej zręcznością pragmatyczną i hipokryzją" (Karwat 2003: 112). Co więcej, zdaniem M. Karwata, „język polityki cechuje się swoistym natręctwem", wyrażającym się w postaci namawiania potencjalnych wyborców, kuszenia ich oraz przestrzegania przed wyborem polityków opozycyjnych partii. Według autora, „oceny, roszczenia i nakazy/zakazy często przewyższają obraz zjawisk, a ich stopień jest tak wysoki, że można pokusić się o stwierdzenie, że dla aktorów sceny politycznej najmniej ważny jest przekaz informacji. Wiadomości są przekazywane, ale zawsze odpowiednio zabarwione i zawoalowane: intencjami, emocjami, komentarzami, które politycy starają się narzucić innym. Nadprogramowo przemycane są oceny, nastawienia, oferty, apele czy groźby, a fakty są selekcjonowane i preparowane" (Karwat 2003: 113–114).

[6] http://fakty.interia.pl/ciekawostki/news-bralczyk-to-media-ksztaltuja-jezyk-politykow,nId,869330, dostęp: 15.05.2014.

W tym kontekście język polityki jest „formą komunikacji implicytnej, w której politycy za pomocą bogatego repertuaru środków i chwytów językowych (m.in. hiperbol, parentez, ironii, eufemizmów) mówią w sposób pośredni o kimś lub o czymś. Medialność i kultura polityczna nie pozwalają im na mówienie eksplicytne, ale skoro muszą kogoś lub coś określić, to korzystają z dostępnych im mechanizmów manipulacyjnych, licząc na właściwe odczytanie sensu i intencji formułowanych komunikatów, bez jawnego narażania się komukolwiek" (Kwiecień 2005).

*
* *

W artykule świadomie posługuję się – za J. Bralczykiem – terminem język polityków[7], a nie język polityki. Przypuszczam, że dzisiaj, w okresie pluralizmu i wolności słowa, generalizująca próba opisania języka polityki w formie jednoznacznej, zwartej, wyznaczonej konkretnymi ramami definicyjnymi skazana jest na niepowodzenie. Współcześnie (w przeciwieństwie do okresu zamkniętego rokiem 1989, kiedy to jeden nadawca, partia, posługując się ustalonym od dziesięcioleci wzorem, zdefiniowanym jako nowomowa, zwracał się do narodu z jasnym przesłaniem) o języku polityki decydują indywidualne doświadczenia rozmówców, ich wiedza o świecie i o sobie. Język dzisiejszej polityki, w mojej ocenie, to jest język poszczególnych partii czy też konkretnych „aktorów sceny politycznej", posługujących się tym samym kodem, zazwyczaj mówiących na ten sam temat, niejednokrotnie jednak zwracających się do innej publiczności.

3. Autopromocja a autoprezentacja – próba ustalenia opozycji

Szczegółowego wyjaśnienia wymagają dwa pojęcia: autopromocja i autoprezentacja. Czołowi badacze problematyki twierdzą, że autoprezentacja jest „wszechobecnym aspektem wszystkich zachowań społecznych, równie powszechnym i naturalnym jak oddychanie" (Schlenker 1980; Schlenker, Weigold 1992). Zakładają również, że może być ona jednym z wielu rodzajów „motywowanego zachowania pojawiającego się pod warunkiem wzbudzenia pewnych motywów i wystąpienia sytuacji umożliwiających ich realizację" (Leary 1999; Leary, Kowalski 1990; Wojciszke 2002: 145).

[7] Zob. J. Pstrąg, *Ja panu nie przeszkadzam – czyli o języku polityków* (http://media.wp.pl/kat,1022939,page,3,title,Ja-panu-nie-przeszkadzalem-czyli-o-jezyku-politykow,wid,8626691,wiadomosc.html, dostęp: 21.04.2014).

Z. Kopeć (za Gingrichem) wyodrębnił następujące stereotypowe modele politycznej autoprezentacji: 1. „profesor", 2. „zwykły człowiek" (*the just plain folks*), 3. „orędownik tradycyjnych wartości" (*the spokesman for traditional values*), 4. „lider", 5. „przywódca autorytarny" (*the authoritarian*), 6. „wojownik" (*the fighter*), 7. „współpracownik" (*the cooperator*), 8. „wizjoner" (*the visionary*)" (Kopeć 2006: 64).

Według A. Szmajke, „autoprezentacja to celowe działanie zmierzające do wywołania u osób z otoczenia społecznego (audytorium) pożądanego przez jednostkę wizerunku własnej osoby. Realizowane jest przez kontrolowanie informacji: o sobie, o innych ludziach, poglądach, ideach, rezultatach i motywach aktywności, planach i zamierzeniach, ujawnianych przez podmiot otoczeni u obecnemu realnie bądź symbolicznie w jego otoczeniu" (Szmajke 2001: 145).

Autoprezentację polityków traktuję, za badaczem, jako takie interakcyjne zachowania językowe, parawerbalne i niewerbalne, które służą jako środki do budowaniu własnego wizerunku politycznego oraz mają na celu pozyskanie potencjalnych wyborców. Prezentujący siebie polityk zazwyczaj eksponuje te z przymiotów, które są przez elektorat pożądane. Jednocześnie ukrywa wyróżniki osobowości mogące zniszczyć lub zachwiać preparowany medialnie idealny wizerunek. Cel ten może osiągnąć zarówno stosując zgodne z własnym ja strategie i techniki komunikacyjne, jak i fałszywie odgrywając role, które sprzeczne są z jego wewnętrzną hierarchią wartości, jednak stać się mogą skutecznym narzędziem w walce politycznej.

Termin autopromocja (jako jedna z najczęściej wykorzystywanych strategii autoprezentacyjnych) natomiast przywoływany jest w niniejszym artykule w znaczeniu „styl autoprezentacji polegający na przedstawianiu polityka jako osoby kompetentnej, prezentowania go w jawnie korzystnym świetle: jako człowieka kompetentnego, wyposażonego w wiedzę i liczne umiejętności, odnoszącego sukcesy i zasługującego na nie, pewnego siebie i swojej wartości" (Wojciszke 2002: 145–147).

autopromocja

cel:
uchodzić za osobę
kompetentną

podstawowe strategie:
1. inscenizacja pokazów kompetencji
2. deklaracje kompetencji
3. rekwizyty kompetencji
4. szukanie wymówek
   i podkreślanie przeszkód

Źródło: D. Rosiński, Autoprezentacja (http://www.staff.amu.edu.pl/~dariusz/wp-content/uploads/2009/06/Autoprezentacja.pdf, dostęp: 1.05.2014)

4. Strategie autopromocji współczesnych polityków

4.1. Inscenizacja pokazów kompetencji

Podstawą strategii jest manipulacja, tj. technika sprawowania władzy polegająca na skłanianiu lub prowokowaniu jednostki (grupy) do podjęcia w dobrej wierze określonych działań, aby następnie dezawuując je, skompromitować jednostkę (grupę) w oczach opinii publicznej i wykorzystać to do osiągnięcia własnych korzyści politycznej"[8] (Karwat 2001: 28).

Centrum semantyczne manipulacji stanowią synonimy typu: „[...] intryga, oszustwo, machinacje, kombinacje, gierki, konszachty, knowania, machlojki, knucie, matactwo, intryganctwo, nabieranie, ogłupianie, otumanianie, krętactwo, dezorientacja, oszukaństwo, kuglarstwo, oszwabianie, granda, rozbój w biały dzień" (Dąbrówka, Geller, Turczyn 1995: 36). Mechanizm manipulacji polityków inscenizujących pokaz kompetencji językowych polega na tym, że osoba X oddziałuje na Y takimi metodami, że Y zachowuje się tak lub ma postawę taką, jaką X chce, aby Y miał. X działa bez użycia przemocy, wykorzystując jakieś słabości Y. Manipulacja jest wykorzystywaniem przewagi taktycznej. W znaczeniu węższym manipulacja to takie oddziaływanie, w którym X działa w ten sposób, aby Y nie spostrzegł się, jaki jest właściwy cel działania (Karwat 2001: 11–12).

Interesującej diagnozy języka polskiej sceny politycznej w kontekście inscenizacji pokazów kompetencji dokonał muzyk, satyryk i publicysta K. Skiba[9]: „Przez ostatnie lata byliśmy świadkami wielu mód językowych. Hitem był styl wesołkowato-filozoficzny (L. Wałęsa) i patriotyczno-bełkotliwy (H. Jankowski). Kilka sezonów modny był styl emocjonalno-wulgarny (A. Lepper), żołniersko-literacki (L. Dorn) czy prawniczo-kwiecisty (Z. Ziobro). Mija zafascynowanie stylem cieplarniano-miłosnym (D. Tusk). Obecnie dobrze jest mieszać prosty język z wyrafinowanym stylem. Na tak przygotowanym cieście lingwistycznym można umieszczać, niczym rodzynki, słowa pochodzenia obcego. Reprezentantem tego nurtu jest J. Kaczyński. Szef PiS

---

[8] http://encyklopedia.pwn.pl/hasło/3937257/manipulacja.html, dostęp: 29.04.2014.

[9] Znany jako Skiba (ur. 7 lipca 1964 r. w Gdańsku) – aktor, konferansjer, felietonista, autor happeningów, wokalista rockowy; członek formacji *Big Cyc*. Autor zbioru felietonów: *Skibą w mur* (2005), zbioru opowiadań satyrycznych: *Opowiadania podwodne* (2009), historii punk rocka: *Artyści wariaci, anarchiści – opowieść o gdańskiej alternatywie* (2010–11), monografii happeningów w czasach PRL organizowanych przez Galerię Działań Maniakalnych w Łodzi w latach 80. ubiegłego wieku zatytułowaną *Komisariat naszym domem. Pomarańczowa historia* (2014). W listopadzie 2013 r. odznaczony Krzyżem Wolności i Solidarności za walkę z systemem komunistycznym w czasach PRL.

potrafi przemówić z grubej rury, ale czasem daje do zrozumienia, że w życiu czytał nie tylko przepis na szarlotkę. Dzięki Kaczyńskiemu mieliśmy okazję otworzyć stare słowniki"[10].

Współcześni politycy, inscenizując językowy pokaz swoich kompetencji – według M. Cichosz – używają „mowy wzniosłej (to znaczy formy zamierzonego fałszowania rzeczywistości, mającej na celu zmianę świadomości odbiorcy), w której ważność komunikowanych treści podkreślają zazwyczaj używając niecodziennej leksyki głównie zapożyczeń, archaizmów oraz skrótowców[11], typu[12]: *absmak* (niem. *Abschmack* 'przykry, nieprzyjemny smak') 'niesmak'[13], 'przykre wrażenie'[14], *barbaryzacja* (ang. *barbarization* 'pogrążanie (się) w stan barbarzyństwa, upadek cywilizacji')[15] 'brutalizacja życia publicznego; zdziczenie, upadek cywilizacji'[16], *centymetria* '(uszczypliwie) wizualna oraz intelektualna dysproporcja'[17], *hiperoportunizm* 'nadmierna ugodowość, postawa cechująca się brakiem stałych zasad i łatwością zmiany wyznawanych poglądów dla osiągnięcia osobistych korzyści; konfomizm'[18], *PPR*[19] 'czyli pacyfikacja (tłumienie buntu, powstania, strajku itp., zwykle przy użyciu siły zbrojnej[20]), petryfikacja (utrwalenie (się) czegoś w określonej formie niepodatnej na zmiany)[21] i restauracja (przywrócenie obalonej dynastii lub obalonego ustroju)'[22] oraz frazeologii: *mentorsko-rezonerski styl* '(pogardliwie) umoralniająco-pouczający'[23], *abstrahować od paradygmatu* 'pomijać fundamen-

---

[10] K. Skiba, *Skibą w mur – Trudne słowa* „Wprost" 2008, nr 51/52 (http://www.wprost.pl/ar/147416/Skiba-w-mur-Trudne-slowa/?pg=1, dostęp: 29.04.2014).

[11] Zdaniem badaczki, „w praktyce niezwykle trudno jest odróżnić manipulację od innych technik perswazyjnych, gdyż główną cechą różnicującą staje się w tym przypadku intencja nadawcy, a ta ma zazwyczaj charakter skryty" (Cichsz 2003: 56).

[12] Przytaczany w tym miejscu materiał leksykalny pochodzi z wypowiedzi J. Kaczyńskiego (http://www.fakt.pl/Oto-minislownik-Jaroslawa-Kaczynskiego-,artykuly,82081,1.html, dostęp: 1.05.2014).

[13] *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, Warszawa 2003, t. 1, s. 6 (dalej: USJPDub).

[14] http://sjp.pwn.pl/slownik/2438442/absmak, data dostępu: 29.04.2014.

[15] Od łac. *barbarismus* 'wyraz, wyrażenie lub konstrukcja składniowa obce danemu językowi, przeniesione z innego języka', USJPDub, s. 196.

[16] http://sjp.pwn.pl/slownik/szukaj/barbaryzacja, dostęp: 29.04.2014.

[17] Słowniki współczesnego języka polskiego omawianego leksemu nie rejestrują.

[18] http://sjp.pwn.pl/slownik/szukaj/oportunizm, dostęp: 29.04.2014.

[19] O rządach D. Tuska (http://www.fakt.pl/Oto-minislownik-Jaroslawa-Kaczynskiego-,artykuly,82081,1.html, dostęp: 1.05.2014).

[20] http://sjp.pwn.pl/slownik/szukaj/pacyfikacja, dostęp: 29.04.2014.

[21] http://sjp.pwn.pl/slownik/szukaj/petryfikacja, dostęp: 29.04.2014.

[22] http://sjp.pwn.pl/slownik/szukaj/restauracja, dostęp: 29.04.2014.

[23] http://sjp.pwn.pl/slownik/szukaj/mentor, dostęp: 29.04.2014.

talne założenia'[24], *system hybrydalny* 'rządy oparte na dwóch biegunowo różnych koncepcjach sprawowania władzy'[25].

4.2. Deklaracje kompetencji

Jest to strategia nastawiona na odbiorców rozumianych jako publiczność. Z badań J. Bralczyka *explicite* wynika, iż politycy są świadomi faktu, „że aby zjednywać, trzeba być słuchanym. A słuchani są ludzie wyraziści: tacy, którzy rzeczywistość ukazują jako sielankę lub horror, którzy mówią językiem szczególnie eleganckim lub szczególnie brutalnym (ten drugi uchodzi za bardziej wyrazisty i bardziej prawdziwy, przy tym jest łatwiejszy), którzy języka używają poprawnie i ze smakiem i którzy sadzą błędy i są celowo niezrozumiali. Wszystko to sprawia, że w poszukiwaniu lepszych sposobów zjednywania odbiorcy i najatrakcyjniejszych sposobów opisywania rzeczywistości politycy uciekają się do coraz to nowych językowych chwytów, odwołując się do wszystkich możliwych stylów i gatunków" (Bralczyk 2007: 8). Według badacza, mechanizm deklaracji kompetencji polityków polega przede wszystkim „na stosowaniu określeń ścisłych i usystematyzowanych, uznanych przez leksykografów za terminy polityczne, profesjonalizmy oraz okazjonalizmy – emocjonalne określenia potoczne, które weszły na stałe do polszczyzny politycznej" (Bralczyk 2007: 8).

Do kreacji kompetencji politycy wykorzystują przede wszystkim rematyzację. Zjawisko to polega na „stosowaniu tzw. sugerujących środków językowych (głównie leksykalnych, nierzadko frazeologizmów" (Bralczyk 2003: 59), mających na celu uwypuklenie w tekście treści, na których przekazaniu szczególnie nadawcy zależy" (Lisowska-Magdziarz 2007: 58). Przykładowe rematy to: *biała flaga* 'symbol polskiej polityki europejskiej przed objęciem rządów przez PiS, charakteryzującej się uległością zarówno w stosunkach międzynarodowych, jak i polityce wewnętrznej'[26], *ubekistan* '(od leksemu *ubek*

[24] http://sjp.pwn.pl/slownik/szukaj/paradygmat, dostęp: 29.04.2014.

[25] O rządach T. Mazowieckiego (http://sjp.pwn.pl/slownik/szukaj/hybryda, dostęp: 29.04. 2014).

[26] http://wyborcza.pl/1,76842,7935639,Alfabet_IV_RP_czesc_trzecia_od_P_do_Z.html, dostęp: 12.05.2014. Zdaniem J. Bralczyka, określenie „polityka białej flagi" jest zręczną manipulacja polityczną, która przemawia do dumy i aspiracji Polaków. Prezes PiS-u używa tej metafory zapewne po to, aby deprecjonując premiera D. Tuska (przedstawiając go jako polityka, który na wszystko się godzi), wykazać swoje kompetencje jako lidera. Deprecjonujący wymiar ma również etykieta *Tusk* (w taki sposób zazwyczaj posłowie PiS mówią o premierze). Trzeba przyznać, że jest to broń bardzo skuteczna, gdyż tak uproszczona formuła rozpowszechniła się i nadal żyje w przekazach medialnych, co potwierdza tezę o normotwórczym charakterze języka polityki (Bralczyk 2003: 230).

'pot. pogard. funkcjonariusz aparatu bezpieczeństwa w PRL') 'terytorium znajdujące się pod wspólną władzą dwu lub kilku państw'[27], „symbol Polski przetkanej układami, których oblicze ujrzeliśmy choćby w czasie prac komisji Rywina"[28], *rywinland* 'typ państwa kierowanego przez aferzystów takich jak Rywin'[29], *landyzacja Polski* (neologizm[30] od niem. *das Land* 'ziemia, kraj, kraina; jednostka administracyjna')[31] 'niemiecki model rządzenia', *kondominium niemiecko-rosyjskie*[32] (niem. *Kondominium* '1. wspólne rządy dwóch lub kilku państw nad jakimś krajem', 2. terytorium znajdujące się pod wspólną władzą dwu lub kilku państw'[33], *układ* 'największy wróg IV RP; symbol wszystkiego, co złe'[34], *IV Rzeczpospolita*[35] 'topos[36] utopijnego kraju mającego powstać

[27] USJPDub, s. 934.

[28] Wypowiedź A. Zybertowicza z dnia 22.06.2007 r. (http://www4rzeczpospolita.blox.pl/2007/06/Ubekistan-zszedl-do-podziemia.html, dostęp: 11.05.2014). Wypowiedź J. Kaczyńskiego z dnia 29.09.2006 r. (http://www.pis.org.pl/article.php?id=5185, dostęp: 11.05.2014). Wypowiedź L. Dorna z dnia 02.10.2006 r., op. cit.

[29] Wypowiedź J. Kaczyńskiego z dnia: 10.07.2007 r. oraz 02.08.2007 r., op. cit. Wypowiedź J. Kurskiego z dnia 27.08.2007 r., op. cit.

[30] Neologizm, według W. Pisarka, to „element języka (wyraz, wyrażenie), który może być albo uzasadniony i potrzebny, nieuzasadniony i niepożądany [...]". Nowe wyrazy powstają najczęściej w celu „nazwania nowych przedmiotów i pojęć albo dla wyrażenia zróżnicowanego stosunku mówiącego do tego, z czym się stykają" (Pisarek 1994: 221).

[31] *J. Kaczyński: Landyzacja Polski tylnymi drzwiami*, „Gazeta Wyborcza Bydgoszcz", (http://wiadomosci.gazeta.pl/kraj/1,34309,5246882.html, dostęp: 12.05.2014). Rozmowa H. Szrubarza z J. Kaczyńskim w „Sygnałach Dnia" (http://www.pis.org.pl/article.php?id=15817, dostęp: 12.05.2014).

[32] Wypowiedź J. Kaczyńskiego dla „Gazety Polskiej" (http://www.rp.pl/artykul/535338.html?print=tak&p=0, dostęp: 12.05.2014).

[33] USJPDub, s. 402.

[34] Wypowiedź J. Kaczyńskiego (http://www.rp.pl/artykul/535338.html?print=tak&p=0, dostęp: 12.05.2014, http://wyborcza.pl/1,76842,7935639,Alfabet_IV_RP__czesc_trzecia_od_P_do_Z.html, dostęp: 12.05.2014). Według M. Głowińskiego, „«manipulowanie» *układem* świadczy o tym, że nie chodzi tu o poznawanie świata w jego realnych kształtach i o przedstawianie go w sposób przynajmniej zbliżony do racjonalnego (choć skądinąd trudno przeczyć, że w każdej rzeczywistości społecznej niezliczone układy istnieją). Etykietowanie ludzi, rzeczy, sytuacji stało się przejawem magii językowej. Ważne nie jest to, jaka rzeczywistość jest, ale to, jak ją władza postrzega, kreuje, ocenia. I – w konsekwencji – jak winni ją postrzegać Polacy" (http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/200965,1,nowomowa-wladzy.read, dostęp: 13.05.2014).

[35] Wypowiedź J. Kaczyńskiego z dnia 17.06.2003 r. (http://www.pis.org.pl/article.php?id=2679, dostęp: 11.05.2014).

[36] Według M. Korolki, to sofiści wprowadzili do retoryki opisowej pojęcie toposów (*tópoi*), oznaczające „wypróbowane środki oratorskie, dzięki którym do każdego tematu można znaleźć – jak sądzono – skuteczne schematy myślowe, pojęcia ogólne, argumenty, także banały. W miarę jak kostniała retoryka sofistyczna, *tópoi* stały się kliszami myśli i słów, redukującymi

w wyniku przeprowadzenia głębokiej reformy instytucjonalnej realnie funkcjonującego państwa, tj. III Rzeczpospolitej'[37].

Politycy w celu podkreślenia swojego profesjonalizmu stosują także wyborcze obietnice, tzn. „teksty głoszące szczytne idee, odwołujące się do wielkich wartości, opierające się z jednej strony na fundamencie aksjologicznym kandydata czy partii, z drugiej zaś wykorzystujące zasady reklamy i mające swoiście «sprzedać» daną ideę czy osobę" (Ożóg 2005: 86), określone techniki perswazyjne zwłaszcza *populizm* oraz odwołują się do różnych stanów emocjonalnych (głównie bazują na strachu).

Badania języka deklaracji kompetencji polityków prowadzą do wniosku, że wypowiedzi polityków potwierdzają prawdziwość prawa Zipfa, mówiącemu że „wyraz użyty raz, zwłaszcza znaczący, nacechowany, ma [...] dużą szansę pojawienia się w tym samym tekście, najczęściej w bliskim sąsiedztwie" (Bralczyk 2003: 263).

Słowa, a szczególnie rematy, politycy umieszczają w rozmaitych kontekstach. Łączą je regularnie z określonymi emocjami, nadając negatywną

---

retorykę do erystycznych sztuczek" (Korolko 1998: 64). Internetowy SJP PWN topos definiuje jako: '1. element jakiejś kultury, podstawa rozumowania, ogólnie przyjęty sąd', 2. 'stały motyw, temat utrwalony w literaturze' (http://sjp.pwn.pl/szulaj/topos, dostęp: 11.05.2014). Toposami mogą być „takie zdania, kwestie, obiegowe sądy, schematy i obrazy, które są jednakowo rozumiane i przyjmowane przez mówcę i słuchaczy. Nie mają one wartości informacyjnej, to znaczy nie mówią niczego nowego, co nie byłoby już wcześniej słuchaczom wiadome" (Rusinek, Załazińska 2007: 73).

[37] Zimny, Nowak 2009: 20. „*IV Rzeczpospolita* to byt nierzeczywisty – sfera politycznego symulakrum, z nadbudową ideologiczną, w której z trudem mieszczą się praktyczne idee rozwiązywania wielu społeczno – politycznych problemów'. Z wielu tekstów wyłania się obraz tradycyjnej utopijnej topiki, a pomysłowi IV RP przypisywane są takie atrybuty, jak: *sen, mit, iluzja, utopia* oraz środek manipulacji językowej o niezwykłej sile performatywnej'. Wartościowanie pokrywa się z metajęzykową refleksją aktorów dyskursu, którzy obnażają propagandowe właściwości działań komunikacyjnych polityków prawicowych. W wielu tekstach pojawiają się negatywne konotacje typu: socjotechnika, propaganda, zabieg retoryczny (w kontekście rozważań na temat ogólnie postrzeganej etyki komunikacji), czy wręcz emotywne wyrażenia, jak: *mamienie wyborców, stek banałów i bredni*" (Piekot, Poprawa 2010: 174). „Pozytywne wartościowanie *IV Rzeczpospolita* pojawia się, oczywiście, przede wszystkim w dyskursie prawicowym. Afirmacja ta ujawnia się w sferze rozbudowanej metaforyki, w której «propagowanie IV RP» opisywane jest – głównie na łamach „Naszego Dziennika" – jako a) 'heroiczna walka, prowadzona aż do zwycięstwa'; b) 'trudna budowa (przebudowa) państwowego organizmu'; c) odnawianie (odnowa) państwa i sfer życia społecznego'; d) dawanie światła (w kontekście rozważań ideowych)" (Poprawa 2007: 229). W przekonaniu E. Pieciul-Karmińskiej, „samo sformułowanie *IV Rzeczpospolita* to dobry kandydat na antysłowo. Hasło to nie jest przecież jedynie wskazaniem numerycznego następstwa kolejnej rzeczpospolitej, lecz zawiera sugestię, że wygrane przez PiS wybory są równoznaczne ze zmianą ustrojową równą odzyskaniu niepodległości w 1918 roku" (http://www.polityka.pl/spoleczenstwo/niezbednikinteligenta/216106,1,jezykowe-naduzycia.read, dostęp: 13.05.2014).

konotację. Tego typu deklarowanie kompetencji przez polskich polityków w rezultacie doprowadza do tego, że rematy działają jak etykiety (*lab eling*), o których M. Głowiński pisze: „Tak formowany język sam staje się przedmiotem daleko posuniętej manipulacji, chodzi wszakże – co zrozumiałe – nie tylko o niego, chodzi o odpowiednie manipulowanie rzeczywistością, w tym świadomością społeczną. Procedurą szczególną jest to, co określiłbym jako etykietowanie. Przedmiotem zabiegów jest takie nazywanie ludzi i rzeczy, a także sytuacji, by można było wszystko to oceniać i interpretować w myśl przyjętych z góry arbitralnych zasad i w taki sposób, by rządząca ekipa odnosiła korzyści i realizowała swoje cele. Praktyką nagminną stało się łączenie danego słowa z określeniem wartościującym, które ma być obowiązujące. Wiąże się to z wyraźnym podziałem dychotomicznym, w tym świecie nie ma partnerów, nie ma osób i organizacji, z którymi się dyskutuje czy polemizuje, jesteśmy My, i to my dysponujemy wszystkim co słuszne i dobre, po naszej stronie są wszelkie racje i wszelkie wartości, no i są Oni, z którymi rozmawiać i nie można, i nie warto, bo w istocie są wrogami”[38] (Głowiński 2006).

Politycy eksponując fachowość i zawodowstwo, stosują także wyborcze obietnice, tzn. „teksty głoszące szczytne idee, odwołujące się do wielkich wartości, opierające się na fundamencie aksjologicznym kandydata czy partii, z drugiej zaś wykorzystujące zasady reklamy i mające swoiście ‘sprzedać’ daną ideę czy osobę” (Ożóg 2005: 86), określone techniki perswazyjne zwłaszcza *populizm* oraz odwołują się do różnych stanów emocjonalnych (głównie strachu). Zapewne niektórzy z nich nie mają świadomości tego, iż: „wypowiedzi człowieka publicznego uniezależniają się od niego i tworzą jego obraz” (Bralczyk 2003: 260).

4.3. Rekwizyty kompetencji

Wizerunek polityków jest skutecznie kreowany za pomocą przedmiotów, które kojarzą się z autorytetem, konkretnymi uzdolnieniami, czy też pełnioną funkcją. Nieodłączne atrybuty zajętego polityka to: widoczne zapisane kartki w kalendarzu, telefon komórkowy wiecznie przy uchu. Powagi dodają politykom okulary, aktówka czy też perfekcyjnie skrojony garnitur. Jak twierdzi P. Mościcki: „postać polityka jest dzisiaj nieuchronnie kojarzona z aktorstwem, gwiazdorstwem, ogólnie rzecz biorąc – z występowaniem;

[38] M. Głowiński, *Pisomowa czyli o wolnoamerykance językowej*, „Polityka. Niezbędnik inteligenta”, 2006, nr 50 (http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/200965,1,nowomowa-wladzy.read, dostęp: 13.05.2014).

[...] w teatrze politycznym idzie nie tyle o to, żeby zmieniać świat, zamiast go interpretować, ale o to, aby wciąż zmieniać interpretacje świata" (Mościcki 2006: 12). Rekwizyty w komunikowaniu politycznym stają się częścią składową pewnej estetyki, którą politycy usiłują wprowadzić do gry scenicznej. Zmiany w tej estetyce scenicznej nie przebiegają w sposób równomierny i ciągły. Pojawienie się charyzmatycznego bądź ekscentrycznego polityka, wprowadza nowe sposoby komunikowania wraz z ilustracyjnymi znakami – symbolami politycznymi (Bukowski 2008: 128). Mają zatem wzmóc dramaturgię sytuacji oraz wywoływać pożądane emocje odbiorcy. Sensem tego rodzaju działań, jest „autoprezentacja politycznego aktora, który pragnie uznania siebie jako podmiotu autentycznego" (Habermas 1999: 170).

Ze względu na cele, jakie w procesie komunikowania polityk chce osiągnąć wyróżniamy następujące kategorie rekwizytów: 1. środki walki politycznej, np.: czarna teczka S. Tymińskiego, kaseta VHS A. Leppera, teczka J. Kaczyńskiego w rękach Palikota, lodówka w spotach PiS-u z kampanii w 2005 r. (Pawełczyk 2013: 177)[39] i dyskredytacji rozumianej jako 'skompromitowanie, zdyskwalifikowanie, odebranie zaufania, popadnięcie w niełaskę'[40] (Tokarski 1980: 167); 2. elementy kreowania wizerunku politycznego: ubiór (zwłaszcza w kreacji wizerunku ekscentryka – sweter, tj. antygarnitur J. Pałubickiego, stroje J. Senyszyn czy N. Rokity, wykorzystanie biało-czerwonych barw w krawatach i apaszkach Samoobrony, polityk bez krawata sygnalizuje, że teraz jest „na luzie", że może powiedzieć coś bardziej szczerze), książki (Biblia, Kodeks prawa przy kreowaniu wizerunku męża stanu), akcesoria zawodowe (a nawet okulary, „które wykorzystywane mogą być dla dodania politykowi intelektualnego wymiaru" (Pawełczyk 2013: 178), środki perswazji w marketingowej formie konferencji prasowej (dyktafon Z. Ziobry, wibrator, pistolet i kobiece manekiny J. Palikota (Pawełczyk 2013: 179), nożyce i chleb G. Kołodki[41]; 3. symbole (wizerunek Matki Boskiej w klapie L. Wałęsy, znaczek Solidarności; flagi, godło, wyznaczniki materialnego dostatku będą-

[39] P. Pawełczyk, *Rola rekwizytu w komunikowaniu politycznym* (http://biblioteka.oapuw.pl/wp-content/uploads/2013/09/Piotr-Pawe%C5%82czyk-Rola-rekwizytu-w-komunikowaniu-spo%C5%82ecznym.pdf, dostęp: 15.05.2014).

[40] http://www.slownik-online.pl/kopalinski/2BE38DE102122C38412565BA002A356C.php; dostęp: 15.05.2014).

[41] „Uprawiając politykę posłużyłem się na konferencji prasowej rekwizytem – nożycami, żeby osiągnąć jakiś efekt. Jest on nawet silniejszy niż zamierzałem. Zwrócono uwagę na te nożyce, które się odzywały wtedy, kiedy były blokowane pewne rozwiązania w systemie podatkowym, a także na to, iż znakomita część budżetu państwa, który symbolizował ten bochenek chleba, nie znajduje pokrycia w dochodach i właśnie «przejadamy» swoją przyszłość" – wypowiedź G. Kołodki z dnia 12.12.2003 (http://www.tiger.edu.pl/kolodko/wywiady/96.htm. dostęp: 15.05.2014).

cego konsekwencją słusznej polityki, np.: dywan wykorzystywany w spotach Prawa i Sprawiedliwości; młodzi ludzie pojawiający się w kampaniach wyborczych symbolizujący przyszłość i rozwój, kraju; obecność starszych ma dowodzić doceniania doświadczenia i zrozumienia wagi problemów starzejącego się pokolenia; czterolistna koniczyna PSL-u symbolizująca szczęście i powodzenie (Pawełczyk 2013: 180); 4. składniki przyciągające uwagę mediów: świński łeb, wysypywane zboże, palone opony; 5. elementy identyfikacji i integracji, np.: żałobny strój polityków PiS po katastrofie smoleńskiej, moherowy beret, góralski kapelusz Z. Ziobry; 6. rekwizyty służące uwiarygodnianiu wyrażanych tez, typu: multimedialne prezentacje prokuratora Engelkinga, kłosy pszenicy w reklamie W. Pawlaka, A. Lepper na polu zboża (wiemy, o czym mówimy, jesteśmy jednymi z was), zdjęcia z audiencji prywatnej u papieża (jestem prawdziwym katolikiem, najwyżej cenię autorytet głowy Kościoła katolickiego), L. Bubel w zbroi rycerskiej (nawiązanie do tradycji narodowych i obietnica walki z wrogami narodu polskiego), akcesoria sportowe (w domyśle – jestem zdrowy, podołam obowiązkom); 7. „żony i dzieci zinstrumentalizowane jako rekwizyty życia rodzinnego" (Pawełczyk 2013: 180); 8. „zwierzęta jako rekwizyty w tworzeniu efektu aureoli, np. psy państwa Kwaśniewskich, państwa Kaczyńskich itd."[42].

Rekwizyty będące narzędziami komunikowania w sferze polityki zasadniczo pełnią dwie funkcje: deprecjacji politycznego przeciwnika, np.: *Kibicowski Tóskobus* z hasłem: *Niespełnione obietnice. Temat zastępczy kibice*[43]; *Był Tuskobus, teraz mamy Millerobus. SLD rusza w kraj swoim „Czerwonym Autobusem"*[44] oraz ikonograficzna, jak pisze B. Jarosz, kojarzona przede wszystkim z konwencją komiksu; wyrażająca się w tym, że politycy (zwłaszcza podczas kampanii wyborczej) udostępniają mediom swoje fotografie[45]. „Przed laty za

[42] Istotą wykorzystywania psa jako rekwizytu jest odwoływanie się do wiedzy potocznej, która stanowi, że pies poznaje się na ludziach, więc nie mógłby pokochać złego człowieka. Kot dodaje ciepła, koń męskości, P. Pawełczyk, op. cit.

[43] W serwisie YouTube można zobaczyć filmik *Perypetie Donka w drodze do Pacanowa*, w którym niechętni do szefa PO pokazują, że Tusk nie wie co dzieje się na polskich stadionach (http://www.fakt.pl/Kibice-w-quot-toskobusie-quot-smieja-sie-z-Tuska,artykuly,132885,1.html, dostęp: 15.05.2014).

[44] Przeciwwaga Tuskobusa, czyli pojazdu z premierem i szefem PO D. Tuskiem na pokładzie. Tuskobus był wizytówką kampanii wyborczej Platformy przed ostatnimi wyborami parlamentarnymi. Autobus po raz pierwszy wyjechał w Polskę we wrześniu 2011 roku (http://www.fakt.pl/sld-rusza-w-kraj-swoim-czerwonym-autobusem,artykuly,455493,1.html, dostęp: 15.05.2014; http://wyborcza.pl/1,76842,12674316,Tuskobus_II_wyjezdza_z_zajezdni__Czyli_gdzie_i_kiedy.html, dostęp: 16.05.2014).

[45] „Rekwizyty kampanii wyborczej w 2010 r.: 29.05., Zakopane, J. Kaczyński witany chlebem i solą przez górali; 23.06., Warszawa, B. Komorowski z córką posła L. Jastrzębskiego, Mają;

króla «ustawek» uchodził premier K. Marcinkiewicz. Pozwalał fotografować się, jeżdżąc latem na quadzie, a zimą lepiąc bałwana. Przed obiektywami fotoreporterów pląsał na studniówce, a nawet wypoczywał z synem w domowych pieleszach"[46]. Również J. Palikot „przebierał się też w koszulki, a to z hasłem «*Jestem gejem*», *a to* «*Jestem z SLD*». [...] Media to kupowały, autorytety psioczyły, że upadek obyczajów, ale biznes się kręcił"[47].

4.4. Szukanie wymówek i podkreślanie przeszkód

Kolejna taktyka polega na eksponowaniu (głównie poprzez obelgę[48]) przeszkód uniemożliwiających realizację obietnic wyborczych. Są to zarówno „stare" bariery: *dekomunizacja*, *desolidaryzacja*, *debalceryzacja*[49], jak i „nowe" utrudnienia: *łże-elita* (od *łgać* 'książk. mówić nieprawdę; kłamać + fr. *élite* 'grupa ludzi wyróżniająca lub uprzywilejowana w jakimś środowisku, społeczeństwie ze względu na pewne cechy lub posiadanie dóbr cenionych społecznie'[50]), *lumpenliberałowie* 'grupa ludzi bezwartościowych, odrzuco-

21.06., Szczecin J. Kaczyński z dzieckiem; 22.06., Kuźnica, B. Komorowski z suką owczarka belgijskiego wyspecjalizowaną w poszukiwaniu papierosów i pieniędzy; 18.06., Gdańsk, J. Kaczyński w kowbojskim kapeluszu; 16.06., Kraków, B. Komorowski w krakowskiej rogatywce; 21.06., Szczecin, J. Kaczyński z koszyczkiem; 14.06., Poznań, B. Komorowski z szalikiem Lecha Poznań; 08.06., Zabrze, J. Kaczyński z robotem medycznym; 23.06., Płock, B. Komorowski w słuchawkach lotniczych na pokładzie helikoptera lotniczego Pogotowia Ratunkowego; 18.06., Olsztyn, J. Kaczyński z kwiatami; 23.06., Płock, B. Komorowski w szpitalnym ubraniu ochronnym; 08.06., Zabrze, J. Kaczyński z manekinami anatomicznymi; 08.06., Warszawa, B. Komorowski w kasku na budowie Stadionu Narodowego; 30.05, Wiktorowo, Jarosław Kaczyński z kozą; 01.06., Warszawa, J. Kaczyński rozdaje autografy dzieciom z ośrodka wychowawczego „Dorastanie"; 13.06., Warszawa, B. Komorowski z rękawicami bokserskimi; 20.06., Warszawa, J. Kaczyński z laurką od córki bratanicy; 23.06., Warszawa, B. Komorowski z balonikami" (http://wyborcza.pl/duzykadr/1,131104,8057990,Rekwizyty_kampanii_wyborczej.html, dostęp: 16.05.2014).

[46] W. Ferfecki, *Groźna gra polityków z tabloidami* (http://tvp.info/magazyn/po-godzinach/grozna-gra-politykow-z-tabloidami/8259339, dostęp: 15.05.2014).

[47] http://naszymzdaniem.dlastudenta.pl/artkul/Palikot_lubi_rekwizyty_Dajcie_mu_knebel.18577.html, dostęp: 15.05.2014.

[48] „Obelga jest zawsze aktem słownym i chyba ze strony sprawcy zamierzonym składnikiem jej jest pewien sąd negatywny dotyczący odbiorcy (człowieka lżonego), choć' czasem sąd ten może sprowadzić się tylko do emocjonalnego epitetu lub wypowiedzenia wyzwiska. Jest więc ubliżanie pewnym zachowaniem słownym, wyrażeniem negatywnego, pogardliwego ustosunkowania jednych ludzi do drugich" (Grzegorczykowa 1991: 194).

[49] Rozmowa A. Kublik z K. Kłosińską w dniu 04.06.2013 r., *Język po ' 89 – agresja stała się wartością* (http://wyborcza.pl/1,76842,14031860,Jezyk_po__apos_89__agresja_stala_sie_wartoscia.html, dostęp: 16.05.2014).

[50] USJPDub, s. 824. M. Malinowski dowodzi, że rzeczowniki z cząstką *łże-* są rosyjskiej prowe-

nych przez wszystkie biedne klasy społeczne, wprowadzony został przez K. Marksa i F. Engelsa'[51], *pro-Europejczyk* 'zwolennik polityki prowadzonej przez kraje UE'[52], *moherowe berety* 'złośliwie o fanatycznych zwolennikach PiS', *postkomuniści* 'zwolennicy ideologii będącej zmodyfikowaną formą komunizmu'[53], *wykształciuchy* '„pewna wielkomiejska warstwa ludzi z wyższym wykształceniem zasklepiona w egoizmie społecznym, a jednocześnie w odruchu kulturowej repulsji, obrony przed wszystkim, co inne, demonstrująca wzmacniane przez podział polityczny postawy niechęci, lekceważenia, kulturowej agresji wobec całej innej Polski; mocno ignorancka, egoistyczna, narcystyczna warstwa wykształconych, która nie ma wiele wspólnego z polską inteligencją"[54], *ciemny lud* 'naiwne, bezrefleksyjne polskie społeczeństwo'[55], *ścierwojady* 'obelżywie: dziennikarze'[56]), stosowaniu różnych

---

niencji. Jego zdaniem w języku Puszkina istniały formy *лживый* 'kłamliwy oraz *ложь* 'kłamstwo'. „Dawniej mówiło się i pisało *łżywy człowiek*, znano też w staropolszczyźnie przysłówek *łżywie* ('kłamliwie'), czasownik *łżeć* ('kłamać', dziś *łgać*) oraz rzeczowniki (ta) *łeż* ('kłamstwo, fałsz') i *łżywość* ('kłamliwość; fałszywość; obłuda')", tegoż, *Obcy język polski* (http://obcyjezykpolski.strefa.pl/?md=archive&id=241, dostęp: 16.05.2014). Zdaniem A. Markowskiego „słowo «łże-elity» jest fatalnie zbudowane. „Odzwierciedla ono rosyjski sposób tworzenia wyrazów. „*Łże* po rosyjsku znaczy 'pseudo'. Zatem określenia 'łże-elity' nie można używać, chcąc powiedzieć, że elity kłamią, za: A. Zdolińska, *Polszczyzna polskich polityków* (http://www.eduskrypt.pl/polszczyzna_polskich_politykow-info-4814.html, dostęp: 16.05.2014).

[51] Szalkiewicz 2007: 179.

[52] „Wyszedł z niego taki pro-Europejczyk, że powinien być wybrany na szefa dyplomacji UE. Te rozmowy oczywiście naruszały standardy słownictwa, ale jednocześnie pokazywały, że Sikorski jest absolutnie za pogłębianiem Unii Europejskiej, za czym ja również jestem, więc mnie to cieszy" – powiedziała 1.07.2014 r. prezydent Warszawy H. Gronkiewicz-Waltz podczas rozmowy (m.in. oceniającej polityczne konsekwencje afery podsłuchowej) z M. Olejnik w radiu ZET (gospodarka.dziennik.pl/news/artykuly/463353,hanna-gronkiewicz-walz-broni-radoslawa-sikorskiego-po-aferze-tasmowej.html, dostęp: 3.06.2014).

[53] Definicja za: sjp.pwn.pl/sjp/postkomunizm;2505911, dostęp 27.05.2014.

[54] Z wypowiedzi L. Dorna, wicepremiera, szefa MSWiA, za: Czuchnowski W., Wiśniewska K., *Alfabet IV RP – część trzecia*, od P do Z (http://wyborcza.pl/1,76842,7930143,Alfabet_IV_RP__czesc_trzecia__od_P_do_Z.html, dostęp 16.05.2014).

[55] W październiku 2005 r. przed nagraniem w Radiu TOK FM na pytanie T. Lisa: „Dlaczego w ogóle zacząłeś z tym dziadkiem Tuska?" – w obecności K. Kolendy-Zaleskiej, W. Władyki i T. Wołka – Kurski miał odpowiedzieć: „Z tym Wehrmachtem to lipa, ale jedziemy w to, bo ciemny lud to kupi" (http://wyborcza.pl/1,75248,7924345,Alfabet_IV_RP_czesc_pierwsza_od_A_do_H.html, dostęp: 13.05.2014).

[56] Wczoraj nazwał pan fotoreporterów, którzy pracują w Sejmie *ścierwojady*. Chciałabym zapytać, czy pan przeprosi fotoreporterów za to słowo i czy to jest może jakiś cytat? – pytała marszałka (L. Dorna – dop. A.S.) dziennikarka podczas konferencji w Sejmie. – Nie wypowiedziałem tego słowa w żaden sposób publicznie, jeśli ktoś podsłuchał – to jego problem (http://www.wprost.pl/ar/113338/Dorn-nazwal-fotoreporterow-scierwojadami-prywatnie/ dostęp: 16.05.2014).

form dyskredytacji, manipulacji językowej oraz agresji słownej najczęściej w postaci znieważenia, zniesławienia (tj. pomówienia), oszczerstwa, donosu, insynuacji, przewrotnego sprostowania.

4.4.1. Wymówki polityczne

Podstawowym „wybiegiem" stosowanym przez polityków jest tzw. „gruba kreska" T. Mazowieckiego[57] i jej konsekwencje podziału społeczeństwa na „godnych" i „innych". M. Głowiński wyjaśnia, że fragmentaryzacja: „polega na głoszeniu prawd jedynych i bezwzględnych, na budowaniu dychotomicznych podziałów my–oni. Po naszej stronie jest prawda i cnota, a po tamtej wszystko co złe, łącznie z mordowaniem dzieci, np.: *My jesteśmy tu, gdzie wtedy, oni tam gdzie stało ZOMO*"[58].

Szukanie wymówek i podkreślanie przeszkód zasadniczo „przypomina połajanki uliczne i choć ożywia nudne dawniej życie polityczne i skostniały język służący polityce, to wydaje się, że parlament i rząd nie są miejscem dla emocjonalnych utarczek słownych" (Kołodziejek 1994: 64).

4.4.2. Dyskredytacja – formy i rodzaje

W ostatnich latach „wymiana myśli elity władzy" (Kołodziejek 1994: 64) przybiera formę dyskredytacji, która zdaniem M. Karwata to: „podważanie lub przekreślanie zaufania do tego, kto działa lub wypowiada się – do niego samego z góry i na zawsze, bez względu na to, co powie czy zrobi; godzenie w jego wiarygodność bezpośrednio i w sposób otwarty lub nie wprost, w sposób ukryty, a nawet przewrotny [...] punkt ciężkości spoczywa na zakwestionowaniu słuszności czyichś poglądów, programów i działań, negowaniu prawowitości jego występowania w danej roli, prawomocności jego decyzji i działań, odmawianiu mu reprezentatywności, poddaniu w wątpliwość szans akceptacji i powodzenia jego planów w społeczeństwie" (Karwat 2011: 119–120). Z tego wynika, że za dyskredytację uznać należy pozbawienie polityka lub utratę przez niego społecznego „kredytu" oraz poparcia. „Sam w sobie obraz przeciwnika (rywala) w świadomości odbiorców ma być czynnikiem pomniejszającym lub przekreślającym jakiekolwiek jego szanse" (Karwat 2001: 118). Zatem „dyskredytacja w sensie społecznym, ideo-

[57] J. w.

[58] Z wypowiedzi J. Kaczyńskiego, K. Wiśniewska, *Politycy na językach językoznawców*, Wyborcza.pl z dnia 28.10.2009 r. (http://wyborcza.pl/1,76842,7193456,Politycy_na_jezykach_jezykoznawcow.html, dostęp: 16.05.2014).

logicznym, politycznym – to synonim kompromitacji (spowodowanej lub wykorzystanej przez kogoś), dezawuowania, (z)demaskowania itd.[59] „W dyskredytacji instrumentalnej posługujemy się zarówno prawdą, półprawdą, jak i nieprawdą. A przede wszystkim staramy się, aby – jeśli nie jest nam dane być wyrocznią w sprawie prawdy – sama prawda okazała się czymś problematycznym i enigmatycznym, praktycznie nieosiągalnym, jak każdy ideał" (Karwat 2001: 123).

W zależności od rodzaju argumentów (i pseudoargumentów) można wyróżnić kilka charakterystycznych sposobów dyskredytacji osobistej, m.in. tezauryczną (czyli przekreślenie dorobku)[60], psychologiczną[61], moralną[62], ideową[63], historyczną[64], estetyczną[65], czy perfidną polegającą na znieważaniu, zniesławieniu (pomówieniu, oszczerstwie, donosach, insynuacji w postaci: sugestii, *relata refero*, przewrotnych sprostowań[66]), prawną lub pseudo

[59] „Jeśli ktoś tę sytuację zawdzięcza własnym zasługom, określamy to jako autodyskredytację" (Karwat 2001: 119).

[60] „Punkt wyjścia jest następujący: mój przeciwnik to zero, nikt. Czego dowodem jest albo brak dorobku, albo też żałosność tego dorobku, który ma być tytułem do jego rangi, autorytetu" (Karwat 2011: 141). Na stałe do języka polityki weszło zdanie L. Millera, który podczas przesłuchania przed komisją śledczą powiedział do posła Ziobry: *Pan jest zerem, panie pośle!* (Karwat 2001: 138).

[61] „W tym przypadku chodzi o to, żeby zrobić z rywala wariata, odmieńca, zboczeńca lub jakiś dziwoląg. Należy więc wykorzystać wszelkie właściwości psychiczne samego adwersarza, które mogą zwiększyć dystans doń, wyróżnić go niekorzystnie i przeciwstawić danej zbiorowości – a więc pewne cechy jego powierzchowności, usposobienia, temperamentu, charakteru, przejawy znerwicowania, objawy zakłóceń zdrowia psychicznego, równowagi psychicznej, które mogą być źle odebrane społecznie. W praktyce wygląda to następująco: *Lepiej, żeby pan Macierewicz ubiegał się o fotel w gabinecie psychiatrycznym niż o poselski* (L. Miller), *Pan jesteś nie całkiem zdrowy, a raczej całkiem chory i to nieuleczalnie* (J. Dziewulski)", A. Sikorski, *Sztuka kopania* (http://www.nie.com.pl/archiwum/12287, dostęp: 17.05.2014).

[62] Ten typ dyskredytacji zastosowano na przykład wobec A. Kwaśniewskiego, Zarzucano mu, że jest „kłamcą", „pijakiem" i „nie ma magistra", „ponosi odpowiedzialność moralną za zbrodnie komunistyczne", A. Sikorski, op. cit.

[63] A. Kwaśniewski: „cynik", „koniunkturalista i bezideowiec", A. Sikorski, op. cit.

[64] „Przeciwnika załatwia się opinią o jego poprzednikach, od których nie może, nie potrafi lub nie chce się odciąć, np.: A. Kwaśniewski „główny architekt przepoczwarzenia PZPR w partię nominalnie socjaldemokratyczną", A. Sikorski, op. cit.

[65] Chodzi w niej o to, żeby wzbudzić odrazę i wstręt albo ośmieszyć polityka poprzez wyeksponowanie jego „złych" cechach zewnętrznych – powierzchowności, fizjonomii, ubioru, stroju, fryzury. Adwersarze zatem szukają defektów urody lub przypadłości fizycznych budzących odrazę lub konsternację. Technikę tę zastosował S. Niesiołowski w zdaniu: *Pan Kalisz pornominister znakomicie pasuje do poronoprezydenta. Mamy sojusz pornogrubasów i można im pogratulować* (http://pl.wikiquote.org/wiki/Ryszard_Kalisz, dostęp 17.05.2014).

[66] „Perfidny demaskator [...] godzi w godność i w cześć przeciwnika pod zawołaniem: ja nie oskarżam; nie wiem, czy w ten sposób oskarżam; to nie ja oskarżam; już nie oskarżam. Ma wiele wykrętów. Nie oskarżam, lecz chwalę lub tylko pytam, względnie – w trosce o prawdę

prawną[67] oraz imputację, czyli przypisanie cech lub amputację, tj. odmowę uznania cech (Karwat 2011: 141).

„W pospolitej, frontalnej dyskredytacji, tj. w manipulacji wizerunkiem rywala lub wroga, odwraca się uwagę odbiorców od faktu, że dyskredytacja jest celem samym w sobie, jedynym i wystarczającym, że przekreślanie cudzego dorobku i cudzych racji ma miejsce zamiast, a nie w wyniku argumentacji. Dla upiększenia i ukrycia instrumentalnego charakteru krytyki oraz złośliwej intencji umieszcza się atak na przeciwnika w szerszym kontekście sporu o jakieś pryncypia, przedstawiając to jako objaw szczerości, otwartości, zdrowy przykład płodnych dyskusji" (Karwat 2011: 154).

4.4.3. Manipulacja językowa – mechanizmy

W literaturze przedmiotu za najczęściej wykorzystywane mechanizmy manipulacji językowej wykorzystywane przez polityków uznaje się: 1. populistyczne egzageracje, które politycy najczęściej wykorzystują, gdy mówią pozytywnie o sobie lub pejoratywnie o przeciwniku (lub przeciwnikach)[68]; 2. kwantyfikatory ogólne i szczegółowe, pozwalające uniknąć nazy-

– prostuję, wyjaśniam. To nie ja oskarżam, lecz jestem świadkiem, adresatem oskarżenia; mam prawo wiedzieć, wyjaśnić. Już nie oskarżam, bo wszystko się wyjaśniło lub: już sam nie wiem, rzecz jest nie do wyjaśnienia" (Karwat 2011: 138). Taką taktykę zastosowali posłowie opozycji podczas debaty nad wyborem W. Cimoszewicza na marszałka Sejmu. Pytali: „Czy jest pan agentem, czy był pan agentem? Czy pan jako marszałek Sejmu nadal będzie wspierał niemiecką rację stanu, a nie polską rację stanu? Jaki był pana udział w aferze z bankiem osocza? Czy to prawda, że był pan stypendystą Fullbrighta? Czy to prawda, że w 1995 r. napisał pan artykuł z A. Michnikiem? Czy prawdą jest, że jedną z pierwszych pańskich decyzji jako prezesa Rady Ministrów w kwietniu 1996 r. było nieodpłatne przekazanie 160 tys. akcji firmy Wedel koncernowi PepsiCo i czy prawdą jest, czy tylko zwykłą plotką, że firma ta jednocześnie została zwolniona z podatku? Czemu pana rząd pożyczył milion dolarów stoczni w Wietnamie, a nie dał ani grosza Stoczni Gdańskiej?", A. Sikorski, op. cit.

[67] „Sama osoba przeciwnika (lub grupa) jako taka zostaje z góry zakwalifikowana jako podmiot z natury swej kryminogenny, przestępczy. Służą temu epitety indywidualne i grupowe (np. sitwa, spisek, partia zbrodnicza)", A. Sikorski, op. cit. Przykładem dyskredytacji prawnej lub pseudoprawnej, która przejawia się w kryminalizacji samej osoby, grupy, instytucji jako takiej, były wypowiedzi A. Leppera, który mówił, że „Balcerowicz to jest oszust, łobuz, który jest winny śmierci tysięcy osób, którzy odebrali sobie życie z przyczyn ekonomicznych", Tomaszewski to „bandyta z Pabianic", a Wałęsa „kombinator". Politycy PiS twierdzą, że „SLD jest polityczną sektą, którą należy zdelegalizować", A. Sikorski, op. cit.

[68] Superlatio jest znakiem silnego zaangażowania emocjonalnego mówiącego. Ich użycie ma wywołać podobną reakcję u odbiorcy. Oto przykłady egzageracji: „Musimy zapobiec katastrofie. Jeśli nie będzie systemu dofinansowania służby zdrowia, to będą nieporozumienia, a nawet wojny między NFZ i ZOZ" („Wprost" 30 V 2004), S. A. Kwiecień, *Mechanizmy manipulacji językowej w „nowomowie" i współczesnym „języku polskim"* (http://dialog.us.edu.pl/kwiecien.pdf, dostęp: 7.08.2014).

wania lub/i określania *explicite* osoby, faktu lub zjawiska[69]; 3. dyplomatyczna ostrożność odbierana jako brak umiejętności formułowania myśli, skłania mówiących do generowania odpowiedzi „wymijających"[70]; 4. wykorzystywanie sformułowań, które mają wyrażać wolę całego społeczeństwa[71]; 5. arbitralność, czyli swobodne dodawanie lub usuwanie wyrazów, a także dowolne zmienianie znaczeń[72]; 6. mieszanie w wywiadach agresywnej potoczności z patosem sprawiające, że język polityki jest kojarzony nie tylko z agresywną zabawą, ale także enigmatycznością językową nadawcy względem odbiorcy; 7. autoidentyfikacje i stygmatyzacje umożliwiające politykom na kategoryzowanie wiedzy o kimś lub o czymś[73]; 8. *argumentum ad verecundiam*, czyli powoływanie się na wypowiedzi osób będących autorytetami[74]; 9. kryptonimy, będące słowami-kluczami, pozwalającymi kogoś lub coś nazwać (ale nie wprost, np. *purpurowa eminencja* (o prymasie Glempie); 10. metaforę jako trop poetycki, który nie wymaga uzasadnienia; nieweryfikowalny nośnik wielu konotacji i asocjacji (Puzynina 1985: 157) zmuszający odbiorcę do poszukiwania utajonych, lecz nie wyrażonych eksplicytnie treści; 11. środki stylistyczne typu: eufemizmy wnoszące znaczenia łagodzące (np. *szaleństwo polityczne* zamiast kłótnia w sejmie), apostrofa (np.: *Polacy, obudźcie się!, Rodacy, pora to zmienić!*), parenteza pozwalająca wprowadzić do wypowiedzi redundantne treści, które skłaniają odbiorcę do dodatkowych operacji interpretacyjnych i łączenia wprowadzonych treści z całym wypowiedzianym wcześniej kontekstem (np.: *Sprawcą wszystkich działań jest Krzysztof Janik*, *spi-*

---

[69] Dzięki temu nadawca może uniknąć nieprzyjemności i wybrnąć z trudnej sytuacji, bez narażania się komukolwiek. Najczęściej używane kwantyfikatory to: wszyscy, każdy, pewien, ktoś (Bralczyk 1999).

[70] „Politycy mówiąc tak, nie zdają sobie sprawy, że nieświadomie ujawniają manipulacyjny charakter swych komunikatów, np.: *Nie mogę tego powiedzieć, ale nie mogę też zaprzeczyć* (Lepper w RMF FM)", S. A. Kwiecień, op. cit.

[71] Sformułowania takie mają charakter egzercytywny i opierają się zwykle na subiektywnej ocenie rzeczywistości dokonanej przez polityka np.: *Społeczeństwo tego nie akceptuje*, *Przedsiębiorcy mówią zgodnym głosem*, *Wypowiadamy się jednym głosem*, S. A. Kwiecień, op. cit.

[72] Pozwala ona nadawcy manipulować odbiorcą za pomocą języka, powodując zmianę zwyczaju językowego, np.: (o Millerze) *to też człowiek, który ma wielkie zasługi... dla polskiej prawicy*, j. w.

[73] Politycy zwykle mówią bardzo dobrze o sobie, ale negatywnie o innych. Nazwom stygmatyzującym towarzyszą często zabiegi językowe wskazujące na metajęzykowy charakter wypowiedzi, np. cudzysłów, wyrażenie tak zwany, jak to niektórzy mówią/twierdzą (Bralczyk, Mosiołek-Kłosińska 2001).

[74] Jest to zabieg manipulacyjny, mający charakter egzercytywny i perswazyjny zarazem, np.: „Jako pierwszy wprowadził to rozwiązanie na stronach internetowych Ministerstwa finansów rzecznik tego resortu M. Kaszuba. Rozmawiałem z nim na ten temat i uznałem, że pomysł ten będę rekomendował", S. A. Kwiecień, op. cit.

rytus movens zdarzeń w SLD, ironia umożliwiająca ośmieszenie kogoś lub coś poprzez chociażby domyślanie się czegoś innego i/lub czegoś więcej nad to, co zostało dosłownie powiedziane[75].

5. Współczesna polityka – rzeczywistość komiksowa

Współczesna polityka przypomina komiks, w którym dominują obrazy, dymki, czyli tzw. info-ideo – obywatele otrzymują pakiet informacji, teoretycznie są odbiorcami informacji, jednak przekaz staje się krótszy, coraz bardziej – przywołując M. Janickiego i W. Władykę – „roz-mem-łany"[76] (Janicki, Władyka 2011: 26). Mem[77] jest takim tworem, który bardzo dynamicznie próbuje skontaktować się z odbiorcą, przybierając postać krótkiego komunikatu, obrazu, znaku, chwytliwego słowa, by zawładnąć wyobraźnią odbiorcy. Wydaje się, że najpierw media rozpoczęły tworzenie memów, zaczęły skracać rzeczywistość do zdań na pasku u dołu ekranu. Bardzo szybko politycy dostosowali się do wymogów nowego słuchacza-odbiorcy-konsumenta masowego i zaczęli sami memy wytwarzać. Powstał zamknięty obieg, gdzie trwa licytacja, kto wyprodukuje prostszy i bardziej „zaraźliwy" przekaz, memowego wirusa. Polityczny mem, zawierając znane wcześniej elementy propagandy, staje się jednak nową jakością przez swoją punktową naturę, maksymalne skondensowanie, to już nawet nie skrót myślowy, ale skrót skrótu; to niejako kwant ideologicznej perswazji: agresywny, bezdyskusyjny, choć czasami pozornie wieloznaczny, niedający się logicznie podważyć, bo operujący w sferze emocji (Janicki, Władyka 2011: 26).

---

[75] Efekt ironii często jest osiągany poprzez użycie modalizatorów, które sygnalizują istnienie drugiej warstwy semantycznej (Habrajska 1994). Najczęściej wykorzystywane są następujące modalizatory: ponoć, podobno, powinien, np.: *Donald Tusk* [...] *niegdyś ponoć wybitny działacz robotniczej NSZZ „Solidarność"*, S. A. Kwiecień, *Mechanizmy manipulacji językowej w „nowomowie" i współczesnym „języku polskim"* (http://dialog.us.edu.pl/kwiecien.pdf, dostęp: 27.08.2014).

[76] M. Janicki i W. Władyka zjawisko piktogramatyzacji współczesnego przekazu politycznego nazywają polityczną memetyzacją. Memetyka – to nauka rozważająca prawa i prawidłowości funkcjonowania w obszarze duchowości człowieka – memów, czyli tzw. kompleksów drugiego replikatora, które determinują procesy dziedziczenia form świadomości indywidualnej i zbiorowej ludzi oraz mechanizmy ich rozwoju, a także transmisji w przestrzeni duchowej ludzi (Biedrzycki 1998: 1–100; tekst dostępny na: http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4712/q,Filozoficzne.konsekwencje.memetyki).

[77] Przykładowe memy to: B. Sawicka – płacząca posłanka PO, J. Kaczyński mówiący o ZOMO, Z. Ziobro na konferencji prasowej mówiący o doktorze G, „pusta lodówka" PiS, „zielona wyspa", Tusk pytający Kaczyńskiego o cenę jabłek, ekscesy na Krakowskim Przedmieściu, kot Sylwester czy ostatnie zakupy Prezesa PiS w sklepie spożywczym.

6. Konkluzja zamiast zakończenia

„Język ma niezwykłą moc; może człowieka wynieść na wzgórza chwały, ale może go zepchnąć w przepaść poniżenia i pogardy. I człowieka, i naród. Bo naród ma swój język, jest on własnością narodu, a także państwa, uczestniczy w jego losach, w jego zwycięstwach i porażkach. Język jest wartością narodową, czynnikiem spajającym naród i państwo. Jest więc też wartością polityczną" (Bajerowa 1999: 2). Dlatego też, w dzisiejszym dyskursie politycznym, „powrót do fundamentalnej funkcji języka, dbanie o jego kulturę i jasność wypowiedzi stać się powinien wręcz imperatywem moralnym" (Stachewicz 2011: 82).

Literatura

Bajerowa I., 1999, *Język jako polityczna wartość w dziejach narodu polskiego*, „Postscriptum Polonistyczne", nr 30, s. 2–9.

Banasik A., 2002, *Jak uwodzą politycy? Język marketingu politycznego w kampanii wyborczej '97*, Katowice.

Biedrzycki M., 1998, *Genetyka kultury*, Warszawa (http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4712/q,Filozoficzne.konsekwencje.memetyki).

Biesiadowska-Magdziarz B., 2007, *Znany i nieznany świat komiksu*, „Acta Baltico-Slavica" 31, Warszawa, s. 45–49.

Bihr A., 2008, *Nowomowa neoliberalna*, Warszawa.

Bralczyk J., 1985, *Ograniczony świat propagandy*, [w:] *Nowo-mowa. Materiały z sesji naukowej poświęconej problemom współczesnego języka polskiego odbytej na Uniwersytecie Jagiellońskim w dniach 16 i 17 stycznia 1981*, red. J. Rokoszowa, Londyn, s. 99–109.

–, 1996, *Język polityki i polityków*, [w:] *O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny*, red. J. Miodek, s. 121–134.

–, 1999, *O używaniu języka w polskiej polityce w latach dziewięćdziesiątych*, [w:] *Polszczyzna 2000*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 218–226.

–, 2000, *Język na sprzedaż*, Warszawa.

–, 2003, *O języku polskiej polityki lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych*, Warszawa.

Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K., 2001, *Zwyczaje nominacyjne w polityce – autoidentyfikacja i stygmatyzacja*, [w:] J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*, Warszawa.

Barańczak S., 1975, *Słowo – perswazja – kultura masowa*, „Twórczość", nr 7, s. 44–57.

Cichosz M., 2003, *(Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP*, Toruń.

Czuchnowski W., Wiśniewska K, *Alfabet IV RP – część trzecia*, od P do Z (http://wyborcza.pl/1,76842,7930143,Alfabet_IV_RP__czesc_trzecia__od_P_do_Z.html, dostęp 16.05.2014).

Czyżyk-Cyzio A., 2007, *Sensacyjność dźwignią informacji telewizyjnej*, [w:] *Media – między władzą a społeczeństwem*, red. M. Szpunar, Rzeszów.

Dąbrówka A., Geller E., Turczyn R., 1995, *Słownik synonimów*, Warszawa.

Dubisz, S., 1992, *Język i polityka. Szkice z historii stylu retorycznego*, Warszawa.

Encyklopedia wiedzy o języku polskim, 1994, red. S. Urbańczyk, Wrocław–Warszawa–Kraków.

Ferfecki W., *Groźna gra polityków z tabloidami*, [w:] http://tvp.info/magazyn/pogodzinach/grozna-gra-politykow-z-tabloidami/8259339, dostęp: 15.05.2014.

20. Fras J., 1999, *Język polityki* [w:] *Teoria i praktyka propagandy*, red. B. Dobek-Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka, Wrocław, s. 83–110.

Głowiński M., 2006, *Pisomowa czyli o wolnoamerykance językowej*, „Polityka. Niezbędnik inteligenta", nr 50, s. 14–18.

–, 2009, *Nowomowa i ciągi dalsze. Szkice dawne i nowe*, Kraków

Grzegorczykowa R., 1991, *Obelga jako akt mowy*, „Poradnik Językowy", nr 5–6, s. 193–200.

Habermas J., 1999, *Teoria działania komunikacyjnego*, Warszawa.

Janicki M., Władyka W., 2011, *Rozmemłanie*, „Polityka" 23 kwietnia.

Kaceprczyk A., *Autoprezentacja*, [w:] http://arcofwork.blogspot.Com/2007/11/hipe rulego.html, dostęp: 7.05.2014.

Kamińska-Szmaj I., 2001, *Słowa na wolności*, Wrocław.

Karwat M., 2001, *Sztuka manipulacji polityczne*, Toruń.

–, 2003, *Perswazja w tekstach politycznych – spojrzenie politologa*, [w:] *Język perswazji publicznej*, red. K. Mosiołek-Kłosińska, T. Zgółka, Poznań, s. 112–122.

Kijowski A.T., 1982, *Chwyt teatralny (zarys instrumentalnej teorii teatru)*, Kraków.

Kołodziejek E., 1994, *Językowe środki zwalczania przeciwnika, czyli o inwektywach we współczesnych tekstach politycznych*, [w:] Język a Kultura, tom 11: *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław, s. 69–74.

Kopeć Z., 2006, *Kognitywno-lingwistyczna analiza dyskursu publicznego*, Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie, Seria: Studia Neofilologiczne 2006, nr 5, s. 61–78.

Korolko M., 1998, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa.

Kudra B., 2001, *Kreatywność leksykalna w dyskursie politycznym polskiej prasy lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych*, Łódź.

Kwiecień S. A., 2005, *Mechanizmy manipulacji językowej w „nowomowie" i współczesnym „języku polityki"*, [w:] *Czas i konwersacja. Przeszłość i teraźniejszość*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice (http://dialog.us.edu.pl/kwiecien.pdf)

Leary M. R., Kowalski R. M., *Impression management: A literature review and two-component model Psychological Bulletin*, 1990/107, s. 34–47.

Leary M. R., 1999, *The social and psychological importance of self-esteem*, [w:] *The social psychology of emotional and behavioral problems: Interfaces of social and clinical psychology*, red. R. M. Kowalski, M. R. Leary, Washington, s. 197–221.

–, 1999, *Making sense of self-esteem, Current Directions in Psychological Science*, z. 8, s. 32–35.

Lisowska-Magdziarz M., 2007, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*, Kraków.

Malinowski M., *Obcy język polski* (http://obcyjezykpolski.strefa.pl/?Md=archive&id=241, data dostępu: 16.05.2014).

Markowski A., *Obcy język polski*, [w:] http://obcyjezykpolski.strefa.pl/?md=archive&id=241, dostęp: 16.05.2014.

Mościcki P., 2006, *Teatr angażujący*, „Gazeta Wyborcza", nr 90, z dnia 15.04.2006.

Ożóg K., 2001, *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*, Rzeszów.

–, 2004, *Język w służbie polityki. Językowy kształt kampanii wyborczych*, Rzeszów.

–, 2005, *Język w wyborach do Parlamentu Europejskiego (na przykładzie wyborów w Polsce)*, „Polityka i Społeczeństwo" 2005, nr 2, Rzeszów, s. 85–93.

–, 2007, *O języku współczesnej polityki*, „Polityka i Społeczeństwo", nr 4, Rzeszów, s. 103–111.

Pawełczyk P., 2010, *Rola rekwizytu w komunikowaniu politycznym*, [w:] *Profesjonalizacja i mediatyzacja kampanii politycznych w Polsce*, red. K. Churska-Nowak, S. Drobczyński, Poznań, s. 173–183 (http://biblioteka.oapuw.pl/wp-content/uploads/2013/09/Piotr-Pawe%C5%82czyk-Rola-rekwizytu-w-komunikowaniu-spo%C5%82ecznym.pdf).

Pieciul-Karmińska E., 2007, *Językowe nadużycia. Słowa jak arszenik*, „Polityka" (http://www.polityka.pl/spoleczenstwo/niezbednikinteligenta/216106,1,jezykowe-nadusycia.read).

Piekot T., Poprawa M., 2010, *Profile ideologiczne IV RP – propozycja metodologii*, [w:] *Język IV Rzeczypospolitej*, red. M. Czerwiński, P. Nowak, R. Przybylska, Lublin, s. 162–176.

Pisarek W., 2007, *O mediacji i języku*, Kraków.

Poprawa M., 2007, *Spory o wartości w najnowszej publicystyce prasowej*, [w:] *Człowiek wobec wyzwań współczesności. Upadek wartości czy walka o wartość?*, red. J. Mazur, A. Małyska, K. Sobstyl, Lublin, s. 240–277.

Pstrąg J., *Ja panu nie przeszkadzam – czyli o języku polityków*, [w:] http://media.wp.pl/kat,1022939,page,3,title,Ja-panu-nie-przeszkadzalem-czyli-o-jezyku-politykow,wid,8626691,wiadomosc.html, dostęp: 21.04.2014.

Rittel S. J., 2003, *Komunikacja polityczna. Dyskurs polityczny. Język w przestrzeni politycznej*, Kielce.

Rosiński D., *Autoprezentacja*, [w:] http://www.staff.amu.edu.pl/~dariusz/wp-content/uploads/2009/06/Autoprezentacja.pdf.

Rusinek M., Załazińska A., 2007, *Retoryka podręczna, czyli jak wnikliwie słuchać i przekonująco mówić*, Kraków.

Schlenker B. R., 1980, *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*, Monterey: Brooks/Cole, s. 75–85.

Schlenker B. R., Weigold, M. F., 1992, *Interpersonal processes involving impression regulation and management*, [w:] M. R. Rozenweig, L. W. Porter, *Annual Review of Psychology*, Palo Alto, s. 133–168.

Siewierska-Chmaj A., 2006, *Język polskiej polityki. Politologiczno-semantyczna analiza exposé premierów Polski w latach 2001–2004*, Rzeszów.

Skiba K., *Skibą w mur – Trudne słowa* „Wprost" 2008, nr 51/52, [w:] http://www.wprost.pl/ar/147416/Skiba-w-mur-Trudne-slowa/?pg=1, dostęp: 29.04.2014).

Sikorski A., *Sztuka kopania*, [w:] http://www.nie.com.pl/archiwum/12287, dostęp: 12.05.2014.

Słownik wyrazów obcych, 1980, red. J. Tokarski, Warszawa.

Stachewicz K., 2011, *Człowiek i jego etos. Studia – szkice, polemiki z antropologii filozoficznej i etyki*, Poznań.

Szmajke A., 2001, *Autoprezentacja – niewinny spektakl dla innych i siebie*, [w:] *Złudzenia, które pozwalają żyć*, red. M Kofta, T. Szutrowa, Warszawa.

Szalkiewicz W. K., 2007, *Słownik polityczny IV RP*, Wrocław.

Uniwersalny słownik języka polskiego, 2003, red. S. Dubisz, Warszawa.

Walczak B., 1994, *Co to jest język polityki?*, [w:] *Język a kultura*, t. 11: *Język polityki i współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław, s. 15–20.

Wiśniewska K., *Politycy na językach językoznawców*, Wyborcza.pl z dnia 28.10.2009 r. (http://wyborcza.pl/1,76842,7193456,Politycy_na_jezykach_jezykoznawcow.html, dostęp: 16.05.2014).

Wojciszke B., 2002, *Autopromocja i autodeprecjacja: kwestionariusz stylów autoprezentacji*, [w:] „Psychologia Jakości Życia", t. 1, s. 145–171.

Zimny R., Nowak P., 2009, *Słownik polszczyzny po 1989 roku*, Warszawa.

Żarski W., Lewiński P., 1994, *Sprostowanie jako specyficzny środek manipulacji tekstowo-językowej*, [w:] *Język a kultura*, t. 11: *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław, s. 107–114.

Self-promotion in politics – linguistic and extra-linguistic mechanisms – based on selected examples

Summary

Self-promotion is one of the five components of what A. Kacpercyk calls tactical self-presentation. For self-presentation, people active on the political scene use, alongside other methods, their own specific language variant, as do groups such as students or criminals. The article contains a concise presentation of

the basic self-promotion strategies used by modern politicians: staged displays of competence, declarations of competence, competence props, making excuses, emphasising obstacles.

Key words: language of politics, self-promotion/autopresentation, linguistic manipulation, political memetics

Słowa-klucze: język polityki, autopromocja/autoprezentacja, manipulacja językowa, memetyzacja polityki