

Jacek H. Kołodziej

Uniwersytet Jagielloński

O niestosowności w politycznej komunikacji

Polityk A:

„...my nie napuszczamy Polaków jednych na drugich, my nie podkopujemy Unii Europejskiej, my nie podpalamy Polski, my nie mówimy, że rządzi morderca, agent, my nie śpiewamy «Ojczyznę wolną racz nam wrócić Panie» – to robi PiS. I my chronimy Polskę przed PiS-em...”

Polityk B (w tle mówi polityk A):

„...w odróżnieniu od PO nie zajmuję się ignorowaniem i pychą, pomiataniem Polaków, którzy w większości to są «idioci i złodzieje», bo pracują za mniej niż 6 tysięcy... / Nic takiego nie mówiliśmy! / ...to chodzi o cytaty pani wicepremier Bieńkowskiej... / Ale na stanowisku ministra, to chodziło o ministra, no kłamie pan Ziobro, znowu kłamie! / Pani Szydło, która ma duży dorobek, rozpoczęła kampanię, kontynuuje kampanię, ma program, który będzie realizowany dla Polski i dla tych ludzi, a nie zajmować się sobą i ośmiorniczkami, tak jak to robili koledzy, liderzy PO i koledzy pana Niesiołowskiego”.

Stosowność retoryczna jako kategoria analizy działań społecznych

‘Stosowność’ to stała antropologiczna, konstruktywna i termin dyskursywny, jedno z istotnych pojęć opisujących ludzkie zachowania i działania w kontekście norm społecznych. Etymologicznie termin ten wywodzi się

z klasycznej retoryki¹, w której był kategorią spinającą w funkcjonalną całość mówcę, styl i środki mowy oraz jej przedmiot (sprawę) w sytuacji konkretnego działania społecznego². Na początku granice między ‘tym, co stosowne i niestosowne’ wyznaczano na podstawie ocen zachowań komunikacyjnych, co było oczywiste ze względu na doniosłość retorycznego ugruntowania systemów społecznych starożytnej Grecji. Retoryka jako nauka praktyczna była traktowana jako *ars bene dicendi* (‘sztuka/umiejętność dobrego/skutecznego mówienia’) z centralną, podmiotową rolą mówcy, określanego jako *vir bonus dicendi peritus* (‘mąż zacny biegły w mowie’)³. To ważne, gdyż retoryczna stosowność początkowo była domeną wartości etycznych (działań skierowanych ku dobru) ściśle połączonych z estetycznymi (realizacją piękna, artyzmu) oraz pragmatycznymi (działania zwieńczone zamierzonym skutkiem). Jako sztuka, ale i zbiór normatywnych możliwości publicznego zachowania się, retoryka miała walor utrwalania stanu świadomości społecznej pod względem obowiązujących standardów moralnych. Jerzy Ziomek podkreśla, że retoryka, będąc sztuką i techniką praktyczną, zawsze była równocześnie sztuką teoretyczną, gdyż „odnosi[ła] się do reguł postępowania i wkracza[ła] w dziedzinę etyki publicznej i indywidualnej”⁴. ‘To, co stosowne’ w klasycznym sensie łączyło wymiar jednostki i zbiorowości, indywidualne poczucie dobrego życia z poczuciem zgodności postępowania – ze społecznym systemem reguł normatywnych (moralnością). W późniejszych czasach pojęcie stosowności objęło również zachowania i działania społeczne w pozaretorycznym sensie, stając się kategorią opisu i oceny ‘tego, co w społeczeństwie normalne’⁵.

Od czasów Kwintyliana wiele się zmieniło. Stosowność jako kategoria analizy współczesnych zjawisk jest kłopotliwa. Jej badanie możliwe jest na podstawie poznania relacji między tymi, których powiąże ze sobą jakaś sprawa. Relacyjny kontekst zjawiska wskazuje na pierwszy kłopot: w zachodnim społeczeństwie aktorzy działań społecznych miewają odmienne przekonania co do granic stosowności. W dzisiejszych czasach nie są już traktowane poważnie dawne retoryczne założenia, zgodnie z którymi: ‘to, co stosowne’ musi być równocześnie etyczne; wewnętrzne *decorum* (odgrywana przez mówcę rola) musi odpowiadać *decorum* zewnętrznemu (cechom adresatów i publiczności); zachowanie stosowne winno polegać na dążeniu do realizacji

¹ Pojęcie to wprowadził do estetyki Sokrates. Zob. M. Worsowicz, *O „duchu stosowności”. Teoria retoryczna a współczesna praktyka medialna*, Łódź 2013, s. 30–31 (treść przypisów 11 i 12). Retoryczną stosowność określały słowa: *prépon* (normy postępowania wypracowane na podstawie poczucia umiaru i przyzwoitości – zob. tamże, s. 32–33) oraz *decorum/aptum*. Przeglądu znaczeń i podejść do określania retorycznej stosowności w czasach starożytnych i współczesnych znakomicie dokonuje Monika Worsowicz (zob. tamże, s. 24–72).

² Zob. J. Ziomek, *Retoryka opisowa*, Wrocław 1990, s. 56–57, 78–80, 128, 260.

³ Zob. M. Korolko, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, wyd. 2, Warszawa 1998.

⁴ J. Ziomek, *Retoryka...*, dz. cyt., s. 260.

⁵ W moich rozważaniach ograniczam się do retorycznej, komunikacyjnej stosowności.

norm postrzeganych jako uniwersalne (zawsze, wszędzie i przez każdego akceptowanych)⁶. Można wręcz odnieść przeciwne wrażenie, że zachowania n i e s t o s o w n e – szczególnie w relacji między grupami o odmiennych systemach wartości – stały się normalne, czyli, paradoksalnie, „stosowne”. Uniwersalna użyteczność (dla zbiorowego systemu norm) została zastąpiona przez użyteczność pragmatyczną (czytaj: skuteczność) ze względu na interesy danej grupy. Dlatego ‘to, co stosowne’ ma charakter dyskursywny – zakwalifikowanie działania jako „stosownego” jest determinowane kontekstowo, zależy od ułożenia podmiotu komunikacji, jego adresatów i publiczności w strukturze społecznych zależności, instytucjonalnych i historycznych uwarunkowań oraz przeważających praktyk i wzorów językowych. Często uczestnicy sytuacji komunikacyjnej, podzieleni konfliktem wokół uznawanych norm, nie tylko nie potrafią uzgodnić granicy stosowności, lecz wręcz czynią z niej swoisty poligon forsowania korzystnej dla siebie definicji sytuacji⁷.

Niestosowność jako norma w komunikacji politycznej i mediach w liberalnym społeczeństwie

W pluralistycznym społeczeństwie w systemie demokratyczno-liberalnym działania niestosowne (jednostek, grup, organizacji) stały się w pewnym zakresie nawet pożądane – na tyle, na ile nie są obarczone poważną sankcją (np. wykluczeniem ze wspólnoty lub inną dotkliwą karą). Kultura liberalnego państwa wręcz zachęca nas na co dzień do działań na granicy norm – taka jest logika wolnego rynku i marketingu (reguła odróżnienia się za wszelką cenę od konkurencji), tak czyni zasada gwarancyjnej funkcji prawa (*nullum crimen sine lege* oraz *nulla poena sine lege* – którą można odczytać implicytnie jako ‘dopuszczalne jest wszystko, co niezabronione przepisem prawa’), na tym opiera się logika subkulturowego buntu, jak również mechanizmy odnoszenia sukcesu w obrębie kultury popularnej. Można powiedzieć, że ‘to, co niestosowne’ dla wielu jest b a r d z i e j a t r a k c y j n e od tego, co rutynowo uznane za zgodne z normą.

⁶ Monika Worsowicz twierdzi na podstawie traktatów Kwintyliana, że w starożytności nie było mowy o rozdzielaniu stosowności i pożytku. Zachowanie stosowne polegało na czynieniu i mówieniu tego, „co wszystkim, zawsze i wszędzie przynosi zaszczyt i co nikomu, nigdy i nigdzie nie przynosi wstydu”. Zob. M. Worsowicz, *O „duchu stosowności”...*, dz. cyt., s. 57–58.

⁷ Jest to normalne, jeśli przyjmiemy, że społeczeństwo nie jest statyczną strukturą o stałej hierarchii wartości i norm, lecz pluralistyczną, dynamiczną siecią systemów interakcji, które oczywiście powielają zastaną strukturę, ale i na nowo ją tworzą w ramach relacji między znaczeniami, normami i władzą. Aktywne działania podmiotów konstytuują te porządki w miarę „stawiania się społeczeństwa”. Konsekwencją jest m.in. dynamiczny i pluralistyczny charakter norm moralnych. Zob. A. Giddens, *Nowe zasady metody socjologicznej. Pozytywna krytyka socjologii interpretatywnych*, przeł. G. Woroniecka, Kraków 2009, s. 127–130.

Uwaga ta *in extenso* dotyczy procesu komunikacji w czasie walki o władzę we współczesnym świecie, w którym polityczna rywalizacja i legitymizacja odbywają się pod dyktando reguł medialnych konstrukcji. Oczywistą już tezę o różnorodnych konsekwencjach mediatyzacji polityki warto przypomnieć choćby z tego powodu, że po stronie mediów także odnajdujemy istotne przesłanki zachowań skrajnych.

Mija właśnie dwadzieścia lat od ukazania się przełomowej książki Jaya G. Blumlera i Michaela Gurevitcha⁸, będącej ważną syntezą wiedzy z końca XX wieku na temat przejawów i skutków ewolucji polityki w kontekście działania mediów w krajach liberalnej demokracji. Blumler i Gurevitch na podstawie przeprowadzonych analiz działania instytucji politycznych, tendencji społecznych i rutynowych praktyk rozwiązywania kryzysowych sytuacji i napięć między dziennikarzami i politykami przekonują, że system komunikowania politycznego (od pewnego czasu nazywany również „kompleksem medialno-politycznym”, „masową demokracją medialną” etc.) rozwija się, dość zresztą konsekwentnie i logicznie, w taki sposób, by zaspokajać interesy dużych mediów informacyjnych i partii politycznych kosztem interesów obywateli. Analiza obejmuje kraje ustabilizowanej demokracji, w których poziom upartyjnienia/upaństwowienia mediów jest niski, za to proces komercjalizacji i „amerykanizacji” komunikowania politycznego – zaawansowany⁹.

Ważne w tej analizie, poza empirycznymi dowodami, jest potwierdzenie tezy, zgodnie z którą adaptacja systemu komunikowania politycznego do wyzwań XXI wieku, dla zachowania efektywności, wymaga zacieśniania wzajemnych relacji między głównymi składnikami złożonej struktury. Zachowanie wysokiej funkcjonalności wymaga daleko idących modyfikacji, które w przypadku systemu łączącego instytucje polityczne, organizacje medialne i technologie, postawy i świadomość społeczną oraz kulturę polityczną zarysowują się w obrębie wzajemnych wpływów między podmiotami politycznymi i mediami. W przypadku instytucji politycznych narasta podrzędność samych polityków wobec formatów wypracowanych i kontrolowanych przez media (cena, którą płacą za „medialną widoczność”). Konsekwencją jest brak możliwości

⁸ Zob. J.G. Blumler, M. Gurevitch, *The Crisis of Public Communication*, London 1995.

⁹ Po 25 latach transformacji model obejmuje również polski system, pomimo pewnych różnic między Polską a krajami o ustabilizowanej demokracji. Paradoksalnie, wyróżnia nas nie tyle apetyt niektórych polityków na kontrolowanie najsilniejszych mediów – tak dzieje się w wielu krajach demokratycznych – ile brak stabilnych procedur uniemożliwiających upartyjnienie przekazów. Do tego nie bez znaczenia jest relatywnie najwyższy w Europie poziom komercjalizacji „telewizji publicznej” (mierzony proporcjami przychodów z reklam w porównaniu do innych źródeł finansowania). Naszych polityków wyróżnia też naiwny pogląd, zgodnie z którym media są jedynie zwykłym przekazańnikiem, „pustą tubą nagłaśniającą przesłanie władzy”, więc ich „przejęcie” musi być równoznaczne z politycznym sukcesem. W rzeczywistości wiele politycznych sukcesów w Polsce odbyło się w b r e w najsilniejszym mediom (np. Wałęsa w 1990 r., Kwaśniewski w 1995, Duda i PiS w 2015 etc.).

bezpośredniego zwrócenia się do wyborców¹⁰, co z kolei determinuje kształt procesu legitymizacji politycznej. W przypadku instytucji medialnych, w pewnym uproszczeniu, sytuacja zmierza do wzmocnienia i reprodukcji takich zachowań, wzorów i norm działania dziennikarskiego, których skutkiem jest przedefiniowywanie polityki w atrakcyjny spektakl – produkt kultury masowej. Konsekwencją stanowi mediatyzacja procesu politycznego¹¹. Po trzecie, zmieniają się normy i reguły organizujące relacje między politykami i ludźmi mediów. W modelowym ujęciu chodzi o to, żeby napięcia między ideologiczną legitymizacją polityków a korporacyjną/kommercyjną legitymizacją dziennikarzy były redukowane w sposób zapewniający stabilne działanie systemu. Dominująca tendencja jest widoczna: zasadniczy konflikt między propagowaniem „jedynej prawdy politycznej” (rola polityka) a „krytyczną jej dekonstrukcją” dla dobra publicznego/korporacyjnego (rola dziennikarza) musi być skonstruowany w sposób atrakcyjny – przyciągający uwagę. Blumler i Gurevitch konkludują:

Zatem cały system w większym lub mniejszym stopniu działa na zasadzie redukcji przekazu politycznego do wymogów mediów, akcentując dramaturgię wydarzeń, detale, perspektywę jednostki i to, co przyciąga uwagę – wraz z całą tą hałaśliwą i epizodyczną perspektywą pokazywania spraw społecznych¹².

Po czwarte, istotnej tendencji podlega również publiczność – odchodząc od odgrywania roli „obywatelskiej” (szukania odpowiedzi na ważne pytania i problemy wspólnoty) oraz roli „monitorującej” (szukania i zestawiania informacji, porównywaniu wielu punktów widzenia)¹³ – na rzecz odbiorców coraz bardziej biernych, pasywnych, bezrefleksyjnych – oglądaczy oderwanych od treści, szukających przeżyć czysto emocjonalnych i wszelkich satysfakcji afektywnej natury.

Podsumujmy: po kilkudziesięciu latach symbiozy medialno-politycznej widać jasno, jak bardzo diagnozy Blumlera i Gurevitcha okazały się prawdziwe. Reguły opisywanej logiki działania systemu pod względem konstruowania obrazu świata polityki są w miarę jednolite, silne i wzorotwórcze, zdają się wygrywać wszędzie z wyjątkiem państw autorytarnych i totalitarnych. Nie będzie nadmiernym uproszczeniem, jeśli powiemy, że świat polityki, o którym się opowiada i który się pokazuje za pomocą niewielkiej liczby medialnych formatów, ma zapewniać nade wszystko emocjonalną łączność z publicznością. Jest to świat spektaklu, którego osnową musi być konflikt, w którym „krew”

¹⁰ Możliwość tę reguluje poziom upartyjnienia/upaństwowienia środków przekazu, który zawsze jest wypadkową reguł prawnych i kultury politycznej.

¹¹ Szerzej zjawisko logiki działania mediów oraz mediatyzacji opisuje w: J.H. Kołodziej, *Wartości polityczne. Rozpoznanie, rozumienie, komunikowanie*, Kraków 2011, s. 203 i nast. Zob. również np. M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk (red.), *Mediatyzacja kampanii politycznych*, Katowice 2009.

¹² J.G. Blumler, M. Gurevitch, *The Crisis...*, dz. cyt., s. 43.

¹³ Zob. tamże, s. 15 i nast.

leje się często, a zniewaga, potwarz i szyderstwo należą do głównego repertuaru środków. Jest to świat skupiony na obserwowaniu walki między politycznymi oponentami, których sekundantami często bywają sami dziennikarze. Kultura konfliktu i sensacji łączy realizatorów widowiska z jego publicznością, którą mogą fascynować kolejne medialne starcia ze względu na same emocje, albo, co gorsza, która angażuje się po jednej ze stron sporu¹⁴.

Powyższe tendencje należy rozumieć szeroko, w kontekście czynników mogących sprzyjać rozwojowi „kultury niestosowności”. Wymieńmy trzy podstawowe: (1) postępująca demokratyzacja komunikacji politycznej (oprócz instytucji profesjonalnych, przygotowanych do relacjonowania wydarzeń politycznych, w kampanii mogą brać udział praktycznie wszyscy, bez względu na merytoryczne przygotowanie i intencje; w centrum polityki znalazła się „subpolityka”, którą reprezentują jednostki spoza systemu politycznego), w efekcie agenda polityczna podlega przewartościowaniom, a ustalone standardy – obniżeniu; (2) rewolucja technologiczna – media społecznościowe stały się ważną platformą działań kampanijnych, więc internet zaczął skutecznie przejmować role innych mediów i działań, stając się kluczowym środowiskiem szybkiego przekazywania informacji, wyrażania politycznych ocen i nawet organizowania aktywności społecznej; jednym z pobocznych skutków jest ogromna fala agresji i nienawistnej komunikacji, niesiona fałszywym przekonaniem co do anonimowości zachowań sieciowych¹⁵; (3) zaproszenie do czynnego udziału w publicznej debacie w Polsce reprezentantów środowisk subkulturowych, w tym tzw. kiboli, uznających zachowania radykalne i agresywne za normalny środek „debatowania”, oraz upowszechnienie się wiecu i ulicznej manifestacji jako narzędzia ekspresji politycznej.

Z tych powodów w szeroko ujmowanej kampanii wyborczej w 2015 roku wystąpiły liczne zachowania, które w perspektywie normatywnej należałoby uznać za niestosowne. Proponuję następujące ich uporządkowanie w kolejności oddającej siłę społecznej sankcji za złamanie normy:

- (a) Ze względu na podstawowe normy społeczne:
- bezpośredni atak fizyczny w trakcie rozmowy,
 - groźba pozbawienia życia, fizycznej likwidacji (*argumentum ad mortem*),

¹⁴ Taka właśnie sytuacja przeważała w czasie kampanii w 2015 roku w Polsce. Ostry podział polityczny w 2007/2010 roku stopniowo obejmował również audytoria mediów, które bardziej niż kiedykolwiek wcześniej były podzielone na obozy tendencyjnie zaangażowane po stronie „swoich” i przeciw „nie swoim”.

¹⁵ Coraz więcej poważnych opracowań dostarcza dowodów na to, że internet (zbiór technologii i usług komunikacyjnych) nie służy debacie, lecz wzmocnieniu własnych poglądów albo też wzmoczonej agresji skierowanej wobec „znaczących innych”. Internet sprzyja powstawaniu wirtualnych wspólnot, ale zwykle są one zamknięte na inne poglądy, które traktowane są w najlepszym razie z ogromną nieufnością. Na wielu równoległych poziomach komunikacji internet sprzyja „anarchicznej demokracji”. Zob. A. Leszczyński, *Kult martwej krowy. Jak internet zmienia politykę*, „Krytyka Polityczna” 2005, nr 7–8, s. 37–42.

- groźba uszkodzenia ciała, zdrowia (*argumentum ad salutis*),
 - atak symboliczny (pomówienie, znieważenie, podważenie reputacji, dyskredytacja).
- (b) Ze względu na konwencjonalne normy grzeczności komunikacyjnej (*savoir-vivre*):
- okazywanie braku szacunku do partnera w komunikacji,
 - używanie języka / środków retorycznych powszechnie uznanych za wulgarne,
 - używanie języka w powszechnym odczuciu agresywnego.
- (c) Ze względu na standardy publicznej debaty:
- intencjonalne kłamstwo, półprawda,
 - argumentacja niemerytoryczna: *ad personam*, *ad hominem*,
 - mówienie złych rzeczy o zmarłych, chorych, mających osobiste kłopoty.
- (d) Ze względu na etykietę danego środowiska, np. etykietę parlamentarną.
- (e) Ze względu na reguły wyznaczane przez konkretny kontekst komunikacji:
- intencjonalne zamazywanie kontekstu i granic sytuacji komunikacyjnej.

Codziennie kampanijne potyczki zawierały liczne przykłady powyższych typów zachowania. Jednak zdecydowanie bardziej istotnym poziomem wyjaśniania głównych mechanizmów kampanii powinna być sfera, w której można dostrzec, jak koncepty taktyczne oddziaływały na podstawowe struktury komunikacji.

Taktyczny projekt stosownej komunikacji politycznej w kampanii 2015 roku: scenariusze i maksymy działania

Przyjęcie pragmatyczno-funkcjonalnych kryteriów stosowności pozwala pogłębić analizę i prowadzić ją dalej z punktu widzenia tych praktyk, które są już w pewnym stopniu utrwalone i skonwencjonalizowane, stanowiąc *status quo* komunikacji politycznej. Podkreślmy: „stosowny” w tym rozumieniu oznacza ‘praktycznie stosowany, zalecany i opłacalny’ (przez aktorów politycznych i media). N o r m a l n y m działaniem stosownym staje się zatem również to, co z perspektywy etycznej i moralnej nadal jest łamaniem norm. Niniejsze studium dotyczy działań komunikacyjnych w czasie kampanii w 2015 roku. Empiryczną podstawą obserwacji były głównie programy audiowizualne (informacyjne i publicystyczne) emitowane w mediach elektronicznych w 2015 roku, zgodnie z przekonaniem, że w tym formacie kampania osiągnęła najwyższe natężenie rywalizacji opartej na symbolicznej konfrontacji. Z wielu względów technologia

telewizji dzięki dominacji sfery wizualnej, dynamice i pozorom realizmu sprzyjała budowaniu dramaturgii opartej na konflikcie i emocjonalnej atrakcyjności. Pomagały w tym także specyficzne właściwości internetu, jak na przykład zdolność do dekonstrukcji i reprodukcji oraz reinterpretacji przekazów, ale też włączania w debatę akcentów nienawistnych i agresywnych. Innym czynnikiem atrakcyjności telewizji jako „narratora i scenarzysty politycznego spektaklu” był z jednej strony, obecnie dominujący, wzór wysokiej intermedialności i intertekstualności politycznych przekazów audiowizualnych, a z drugiej nowoczesna, kombinatoryczna, modułarna struktura¹⁶ umożliwiająca perswazję wielomodalną.

Na poziomie metakomunikacyjnym odnajdujemy podstawowe struktury organizujące kampanię z 2015 roku – nazywam je roboczo „scenariuszami” i „metanarracjami”. „Scenariusz” ukazuje zrutyinizowaną formę rozpisania wzajemnie uwikłanych ról dziennikarza i polityka, dopuszczalne przebiegi akcji i fabułę polityczną. „Metanarracją” określam ogólny skrypt komunikacji mającej służyć pożądanej (przez podmiot polityczny) definicji sytuacji – przy czym każda taka definicja powinna być konstruowana jako „stosowna”.

W analizowanej kampanii wyraźnie na pierwszym planie były dwa, w polskiej praktyce nie nowe, scenariusze „spektaklu politycznego”. Można je opisać za pomocą metafor „areny gladiatorów” oraz „strzelnicy”. Pierwszy jest oparty na idei pluralizmu wewnętrznego. Polega na zapraszaniu przez medium (niejako na wewnętrzną arenę) gladiatorów z wrogich sobie obozów. Ich zadaniem jest dostarczanie publiczności emocji poprzez możliwość obejrzenia i wysłuchania erystycznej bitwy (w której dziennikarz kontroluje sytuację: bywa stroną, sekundantem bądź sędzią). Drugi scenariusz jest oparty na idei pluralizmu zewnętrznego. Polega na dopuszczeniu „na strzelnicę” wyłącznie zwolenników światopoglądu/ideologii bliskiej redakcji i równoczesnym ustawieniu w charakterze tarcz wybranych przeciwników. Tym razem nagrodą dla publiczności mają być emocje wynikające z przyglądania się symbolicznemu, retorycznemu „rozstrzeliwaniu” oponentów w sytuacji relatywnego braku sankcji (jak wiadomo, „tarcza strzelnicza” nie strzela).

Znamienne jest to, że w obu scenariuszach dramaturgiczna osnowa spektaklu jest taka sama: chodzi o wygenerowanie jak najwyższego poziomu emocji dzięki potencjałowi konfliktu/antagonizmu oraz czarnej retoryki szyderstwa, presupozycji i złośliwości. Publiczność ma nie tylko zwrócić uwagę, ale i przyzwyczać się, nawet uzależnić, od konwencji takiego spektaklu. Często mechanizmy z pogranicza stosowności stanowią cenne paliwo. Profesjonalne normy bezstronnego dziennikarstwa nie znajdują tu zastosowania; w jednym przypadku dziennikarz staje po stronie polityków i ich/swojej ideologii, w drugim – po stronie ideologii rynku i materialnych interesów korporacji. Z punktu

¹⁶ Zob. J.H. Kołodziej, *Modularność masowego komunikowania politycznego jako przejaw konwergencji*, [w:] Z. Oniszczyk, W. Wielopolska-Szymura (red.), *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, t. 1, Katowice 2012, s. 117–136.

widzenia politycznego marketingu w obu odmianach opisywanego spektaklu zachowania graniczne są czymś więcej niż odstępstwem od zasad retorycznej poprawności, reguł grzeczności komunikacyjnej czy konwersacji/dialogu. Naginanie norm jest produktem wspólnej dla świata polityki i świata mediów kultury symbiotycznej egzystencji, punktem odniesienia dla planów politycznego marketingu, regulatorem zasad rywalizacji politycznej. Jest w praktyce jednym z najchętniej uruchamianych skryptów w publicznej komunikacji¹⁷.

Na poziomie metakomunikacji wyjściowy projekt stosownych zachowań politycznych jest dość prosty. Jego istota polega na zanegowaniu wspólnotowości i zgody między uczestnikami interakcji. Aby to pokazać, posłużmy się maksymami konwersacyjnej współpracy Paula Grice'a¹⁸, które pozwałam sobie przetworzyć w „program stosownej politycznej komunikacji” naszych czasów:

- (1) Maksyma jakości: **mów, że mówisz prawdę** (było: „mów prawdę”).
- (2) Maksyma ilości: **mów tyle, by inni nie mówili** (było: „mów tyle, ile trzeba”).
- (3) Maksyma odniesienia: **mów tak, by twoje słowa stały się tematem** (było: „mów na temat”).
- (4) Maksyma sposobu: **mów tak, by zrozumiano, co sugerujesz, a równocześnie tak, by nie odpowiadać za swoje słowa** (było: „mów zrozumiale”).

Dopiszmy od razu dwa kluczowe postulaty taktyczne:

- (5) Postulat ukierunkowania rozmowy: **mów, stosując wobec oponentów reguły złośliwej dyskredytacji**¹⁹.
- (6) Postulat definiowania sytuacji: **mów tak, by twoje słowa zostały uznane za stosowne, a słowa oponenta – za niestosowne**.

W normalnej komunikacji społecznej sześć powyższych reguł opisywałoby zachowanie w oczywisty sposób niegrzeczne względem partnerów, negujące dialog. W praktyce polityki medialnej taka niegrzeczność/niestosowność jest zalecana. Raczej nie występuje w postaci czystej, stanowi zwykle coś, co Sergiusz Kowalski nazwał „częściowo splecionymi, ale odrębnymi systemami komunikacyjnymi”²⁰. Przykładowo, maksyma grzeczności Geoffreya Leecha, rozwinięte przez Penelope Brown i Stephena Levinsona maksymy zgodności

¹⁷ Rzecz jasna, jest to program odnoszący się do kontekstu konfrontacji i konfliktu. Drugim podstawowym programem, nieobjętym niniejszymi rozważaniami, jest pogram radykalnej autoprezentacji, oparty na zasadach marketingowego budowania własnego wizerunku.

¹⁸ Zob. H.P. Grice, *Studies in the Way of Words*, Cambridge 1989, s. 26–27.

¹⁹ Zob. M. Karwat, *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*, Warszawa 2006.

²⁰ Zob. S. Kowalski, *O sejmowej antyetykietce*, [w:] J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska (red.), *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*, Warszawa 2001, s. 85.

podczas traktowania innych („powiększaj zgodności między sobą a partnerem”) oraz sympatyczności („powiększaj okazywanie sympatii do innych”)²¹ stosowane są często przez „medialnych gladiatorów” *l i t e r a l n i e* – w charakterze taktyki zamaskowania następującego zaraz potem ataku dyskredytacyjnego²². Innymi słowy: okazywana jest grzeczność – ale tylko po to, by zneutralizować późniejsze złamanie normy.

Oryginalne maksymy Grice’a, podobnie jak inne wyznaczniki normatywnie stosownych zachowań, odnoszą się do komunikacji bezpośredniej, w której stosujemy „strategie zachowania twarzy” w ramach pragmatycznej zasady grzeczności/stosowności w rozmowie²³. W przypadku medialnej „quasi-interakcji” sytuacja jest bardziej złożona, ponieważ efekty komunikacyjne zależą również od wielu dodatkowych czynników: technologii komunikowania, rodzaju medium, strategii dziennikarza, strategicznych założeń aktorów politycznych, typu odgrywanej roli, scenariusza spektaklu, plastyczności gatunku oraz rodzaju publiczności. Wpływ publiczności zasługuje na wyróżnienie ze względu na jej złożoność i heterogeniczność. Hipotetycznie każde z audytoriów może wpływać na sytuację komunikacyjną. Przypomnijmy, że w medialnych spektaklach politycznych można doliczyć się co najmniej siedmiu rodzajów audytorium jako punktu odniesienia dla aktorów:

- (a) ze względu na cele komunikacyjne polityka są to:
 - jego partyjni przełożeni (szczególna grupa odniesienia, decydująca o strategii i pragmatyce stosowności),
 - jego partyjni akolici (publiczność przychylna),
 - jego partyjni adwersarze (publiczność krytyczna);
- (b) ze względu na charakter masowego przekazu są to:
 - widzowie mniej zaangażowani politycznie, za to zainteresowani treścią/osobami w programie,
 - widzowie zainteresowani ze względu na gatunek, format, osobowość/zachowania dziennikarza prowadzącego program,
 - widzowie emocjonalnie zainteresowani ze względu na typ roli odgrywanej publicznie przez danego polityka (dotyczy zwłaszcza „gladiatorów” i „strzelców wyborowych”) bądź szukający medialnych sensacji,
 - widzowie przygodni.

²¹ Zob. G. Leech, *Principles of Pragmatics*, London 1983; W. Pisarek, *Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, s. 68–69.

²² Rozliczne formy „złośliwości życzliwej”, „dyskredytacji perfidnej i przewrotności” charakteryzuje Mirosław Karwat. Zob. tegoż, *O złośliwej dyskredytacji...*, dz. cyt., s. 67–67, 389–402.

²³ Zob. E. Goffman, *On Facework: An Analysis of Ritual Elements in Social Interaction*, [w:] A. Jaworski, N. Coupland (red.), *The Discourse Reader*, London 1967, s. 306–321; zob. również: P. Brown, S. Levinson, *Politeness: Some Universals in Language Usage*, Cambridge 1987.

Oczywiście trudno pogodzić interesy wszystkich grup, więc każdorazowo polityk podejmuje grę, której celem jest z jednej strony realizacja wyznaczonych priorytetów komunikacyjnych i perswazyjnych (typu partyjny „przekaz dnia”), a z drugiej minimalizacja zagrożeń dla utraty własnej twarzy. Normatywnym odniesieniem dla polityka są jego przełożeni i interes jego partii, a nagrodą satysfakcje otrzymane od przychyłnej publiczności. W przypadku mediów odniesieniem są odbiorcy z kręgów publiczności typu (b), którzy zapewniają odpowiedni poziom oglądalności (zysków), oraz normatywne przekonania co do szczególnej roli mediów, zwłaszcza ich kontrolnej funkcji w systemie demokratycznym. Z tego wynika siódmy postulat programu „stosownej politycznej komunikacji”:

- (7) Postulat kontekstu: **mów tak, by we własnym celu wykorzystać właściwości technologii i logiki działania mediów.**

Spór metakomunikacyjny o ‘to, co stosowne’

Specyficzne dla problemu stosowności w kampanii wyborczej w 2015 roku było to, że w sensie pragmatycznym i erystycznym jej zakres pojęciowy został ugruntowany mniej więcej cztery lata wcześniej, kiedy politycy zaczęli wypowiadać słowa o najsilniejszym jak dotąd ładunku negatywnych emocji. „Środki najcięższego kalibru” zaczęły się pojawiać po 4 lipca 2010 roku (II tura wyborów prezydenckich, sukces Bronisława Komorowskiego), osiągając apogeum w pierwszą rocznicę katastrofy smoleńskiej 10 kwietnia 2011 roku. Wtedy manifestanci pisali na transparentach: „Tu jest Polska, a nie Moskwa”, „Komorowski won do Moskwy”, „Dajcie skrzynki, weźcie Bronka”, a lider opozycyjnej partii na inauguracji Ruchu Społecznego im. Lecha Kaczyńskiego odwołał się do wiersza Zbigniewa Herberta, uruchamiając narzędzie o fundamentalnym ciężarze – topos zdrady narodowej²⁴, notabene wykorzystywany później przeciw urzędującemu premierowi i prezydentowi. Elementem tego toposu jest „odzyskiwanie prawdy” oraz figura kłamcy – często odtąd traktowane integralnie jako skrypt perswazyjny o wielkim potencjale dyskredytacyjnym. Przez kolejne lata główni aktorzy nie zdołali wykroczyć poza retorykę fundamentalnej prawdy i zdradliwego kłamstwa, choć w kontekście narastającego antagonizmu politycznego, z najwyższym napięciem między kłęką Bronisława

²⁴ 10 kwietnia 2011 r. Jarosław Kaczyński mówił: „Zebrałiśmy się tutaj ku pamięci Prezydenta RP, jego małżonki, ale też ku pamięci wszystkich, którzy odeszli od nas tak nagle, niespodziewanie, gwałtownie. Można o nich powiedzieć (...) słowami poety: **zostali zdradzeni o świecie** (...). Z tego, co już dziś wiemy, możemy powiedzieć – **zostali zdradzeni**... (...) Musimy uczynić wszystko, aby **prawda**, niezależnie kogo będzie bolała, **wyszła na jaw. Cała prawda**”. [Tłum: „Chcemy prawdy!”]. Zob. <http://old.pis.org.pl/article.php?id=18627> (20.12.2015).

Komorowskiego 24 maja a wyborami parlamentarnymi 25 października 2015 roku, liczne medialne przedstawienia i potyczki dotyczyły również zagadnień natury bieżącej, taktycznej (zwłaszcza kolejnych programowych propozycji Prawa i Sprawiedliwości „odbudowywania Polski ze zgliszcz po Platformie Obywatelskiej”).

Sytuacją wyjściową dla kluczowych kilku tygodni kampanii były zatem z jednej strony „zmęczenie materiału”, dewaluacja argumentów i bojowej retoryki dyskredytacyjnej, a z drugiej – spadek wrażliwości, a nawet zainteresowania publiczności polityczną argumentacją. Dla wielu obserwatorów była to kampania „niemrawa”, „bez wigoru”, która dopiero pod koniec nabrała tempa. Twarde podziały socjopolityczne dokonały się wcześniej, najmocniejsze argumenty zostały już wykorzystane, elektorat opozycji był coraz bardziej zmobilizowany, elektorat koalicji wprost przeciwnie – do tego również nieco zestarzeni się medialni „strzelcy” i „gladiatorzy”, choć ochoczo i z jeszcze większą gorliwością zaczęły ich zastępować następne generacje.

Najbardziej dotkliwą konsekwencją stała się dewaluacja wartości prawdy i kłamstwa. Maksyma (1) zaczęła być stosowana dosłownie, czemu towarzyszyła maniera używania zwrotów „tak naprawdę”, „prawda jest taka, że”, „prawdę mówią” etc. w takim natężeniu, że przestały one pełnić dotychczasowe funkcje językowe (uwiarygodnianie treści). Zwroty te były nagminnie używanym, stylistycznym środkiem niezgody na wszystko, o czym mówi interlokutor, albo wręcz ozdobnikiem. John J. Mearsheimer trafnie spostrzega, że polityczne kłamstwo wymaga przynajmniej odrobiny zaufania²⁵. W sytuacji całkowitego braku zaufania, kiedy niemal wszyscy (niemal wszystkim) zarzucają kłamstwa i równocześnie zapewniają, że sami „mówią prawdę”, nie może dziwić, iż dyskusje i spory przeniosły się na poziom metakomunikacyjny, ponieważ w zwykłej komunikacji niczego już nie można wspólnie ustalić ani do niczego się przekonać.

Truizmem jest teza wykazywana wielokrotnie w pragmatycznej analizie komunikacji politycznej, że politykom nie tyle chodzi o mówienie prawdy, ile o skuteczną mowę. Ściślej rzecz ujmując, standardowy schemat polega na tym, żeby celem komunikacji było wywarcie zamierzonego skutku, a przywołanie wysokich wartości, zasad i norm²⁶, takich jak *prawda*, *równość*, *wolność* czy *sprawiedliwość*, pozostaje jedynie środkiem argumentacji. Do tego politycy nas przyzwyczaili. Przebieg kampanii wyborczej 2015 roku

²⁵ J.J. Mearsheimer, *Why Leaders Lie: The Truth about Lying in International Politics*, Oxford 2011.

²⁶ Na marginesie: wygląda na to, że Weberowski dylemat niemożności pogodzenia etyki przekonań i etyki skuteczności został w ten sposób unieważniony. Współcześni zawodowi politycy stosują obie etyki łącznie i w specyficzny sposób. Etykę przekonań – nie w charakterze wewnętrznego, racjonalnego uzasadnienia działań, lecz jako dziedzinę retorycznej argumentacji. Etykę skuteczności – nie w charakterze odpowiedzialności za skutki własnych działań, lecz jako uzasadnienie postulatu „cel uświęca środki”. Zob. M. Weber, *Polityka jako zawód i powołanie*, przeł. A. Kopacki, Kraków 1998, s. 98 i n.

w mediach sugeruje coś więcej, co można wyrazić, konkretyzując brzmienie maksymy jakości komunikacji. Po pierwsze, maksyma (1) była realizowana „w lustrzanym odbiciu” wobec Grice’owskiego pierwowzoru, zgodnie z dwoma postulatami:

- (1a) Postulat odwracania ładu ontologicznego: **„Mów o tym, co istnieje, że nie istnieje, a o tym, co nie istnieje, że istnieje – że jest prawdą, zaś o tym, co nie istnieje, że nie istnieje, a o tym, co istnieje, że istnieje – że jest fałszem – zawsze gdy to sprzyja osiągnięciu pożądanego celu”.**
- (1b) Postulat odwracania ładu epistemologicznego (wyjaśniania): **„Mów o tym, co rozdzielone, że połączone, a o tym, co połączone, że rozdzielone – że jest prawdą, zaś o tym, co połączone, że połączone, a o tym, co rozdzielone, że rozdzielone – że jest fałszem – zawsze gdy to sprzyja osiągnięciu pożądanego celu”.**

Oba postulaty zostały przeze mnie tak sformułowane, by przy okazji pokazać, że współczesny projekt stosownej komunikacji nie tylko odrzuca, lecz wręcz odwraca klasyczne rozumienie prawdy²⁷. W jego miejsce przyjmuje się koherencyjną teorię²⁸ („mówię prawdę wtedy, gdy mój sąd jest spójny ze składnikiem systemu sądów mojej partii politycznej, który to system jest koherentny wtedy, gdy wszystkie jego sądy wzajemnie się uzasadniają”). Koherencyjna teoria prawdy jest wygodnym fundamentem projektu politycznej komunikacji.

Postulat (1a), czyli potoczne „odwracanie kota ogonem” (oraz zachowania pochodne, typu „odbijanie piłeczki” na zasadzie: „to nie my, to wy” albo lustrzane przeniesienie odpowiedzialności: „to nie my zaczęliśmy, to wy”), opiera się na sile prostej dychotomii. Stoi za nią cały potencjał dwuwartościowej logiki prawdy i fałszu oraz argumentacji „albo my – albo oni”. Każde inne rozwiązanie jawi się tutaj jako „dzielenie włosa na czworo” i ma mniejszą siłę. Z kolei postulat (1b) można interpretować jako dyrektywę taktyczną, umożliwiającą dwa typy zachowań. Po pierwsze, może ona zapewnić mówcy sposób na bezpieczne (w tym rozumieniu: pozbawione negatywnych kontekstów i zależności) odparcie argumentacji przeciwników: „Nieprawda, to nie są członkowie naszej partii, więc nie mamy z tym nic wspólnego” etc. Po drugie, (1b) jest przy okazji dyrektywą zachowań ofensywnych, które polegają na przyklejeniu fałszywej etykiety przeciwnikowi, rzekomo wynikającej z relacji i związków między jednostkowymi zdarzeniami a działaniami i intencjami danej osoby czy ugrupowania.

²⁷ Zob. A. Grobler, wykład 8: *Nośniki prawdy*; wykłady 9–10: *Tarskiego teoria prawdy. Antyrealizm. Deflacionizm*, wykłady z epistemologii, <http://adam-grobler.w.interiowo.pl/Teoriapoznania.html> (20.12.2015).

²⁸ Zob. tamże.

Przyjęcie koherencyjnej teorii prawdy jako podłoża argumentacji jest wygodne dla polityków, ponieważ znacznie prostsze staje się konstruowanie warunków prawdziwości wypowiedzi. Przejawia się to między innymi w tym, że „mówienie o rzeczywistości” (relacje między słowami a rzeczywistością, regulowane przez tzw. funkcję referencyjną języka) zostało wyparte przez „mówienie o mówieniu na temat rzeczywistości”²⁹ (metakomunikację zasilaną intertekstowością). Tę tendencję obserwujemy we wszystkich popularnych gatunkach publicystycznych (jak wywiad, dyskusja, tzw. debata, sprawozdanie, przegląd prasy, komentarz, polityczny talk-show etc.), jak również w pewnym stopniu informacyjnych. Polityczny spektakl oglądany w mediach w 2015 roku był zbudowany na podstawie motywu nieustannej, niekończącej się polemiki, dla której punktem wyjścia były słowa innego polityka, przywoływane w celu wywołania reakcji („gladiatora” bądź „strzelca”). Stąd liczne *verba dicendi* i *narrandi*, cytaty, aluzje, parafrazy, odwołania, zaprzeczenia i rozważania na temat intencji komunikacyjnych – zawsze przedmiotem są fragmenty czyjejś wypowiedzi, często stroniczo interpretowane. Normą stały się tytuły w rodzaju „Niesiołowski ostro o prezesie PiS: Trudnością jest to, że Jarosław Kaczyński żyje”; „Kukiz o przyszłych rządach PiS. Stawia sprawę jasno!” oraz rozpoczynanie rozmów z politykami od: „X powiedział, że pan... Co pan na to?” – są to atrakcyjne „samograje”, gwarantujące wysokie napięcie między aktorami, których skłania się do odegrania roli odpierania ataku poprzez kontratak – co ma być prostą receptą na strukturę dziennikarskiego materiału.

Z punktu widzenia dwóch największych ugrupowań w kampanii w 2015 roku uderzające było w końcu to, że toczący się spór na poziomie metakomunikacji tak często przybierał postać wzajemnych zarzutów o niestosowne zachowania. Z jednej strony było to oczywistą konsekwencją narastającej wrogości i idących z nią w parze zachowań agresywnych. Z drugiej strony stanowiło dość prosty schemat perswazji dyskredytacyjnej – wygodny, ponieważ można nim objąć niemal każde sformułowanie, któremu nada się odpowiednią wymowę i umieścić (koherencyjnie) w obrębie ogólniejszej struktury argumentacji. W moim przekonaniu te dwa wzorce były sednem kampanii. Zostały stworzone, przetestowane i zastosowane na długo przed 2015 rokiem. Powołali je do życia główni kolektywni aktorzy: nazwijmy ich roboczo „środowiskiem prawicowo-narodowym” i „środowiskiem centro-liberalnym”³⁰. Przyjrzyjmy się r a d y k a l n y m przejawom obu wzorców.

²⁹ Chodzi o proporcje i skalę zjawiska. Komentowanie tego, co inni polityczni aktorzy powiedzieli lub napisali, zawsze będzie ważnym składnikiem wyjaśniania wydarzeń i procesów – co zresztą jest kluczową funkcją mediów w systemie demokratycznym. Problem polega na tym, że na pierwszym planie powinno być bezstronne relacjonowanie faktów i zdarzeń oraz wyjaśnianie tendencji, a nie „interpretowanie interpretacji” czy „przyczacanie wielopiętrowych cytatów” na temat wzajemnych animozji aktorów politycznych.

³⁰ Kategoria „środowiska” pozwala, upraszczająco, ująć we wspólnotę komunikacyjną o koherentnym programie wszystkich aktorów politycznych i dziennikarzy współtworzących

(a) przykłady metanarracji środowiska prawicowo-narodowego:

Nie ma w III RP polityka, który byłby bardziej ośmieszany niż Lech Kaczyński. (...) Prezydent państwa – tak jak każdy inny polityk – może, a nawet powinien podlegać ocenie satyryków. Byłoby jednak lepiej, gdyby dla grubiańskich kpín, dla wulgarnych szyderstw i poniżających kawałów, **granicę stanowił majestat Rzeczypospolitej, której prezydent jest głównym reprezentantem**. Jeśli bowiem u mnie – dziennikarza zajmującego się często satyrą polityczną – opory czy nawet wewnętrzny sprzeciw wywoływały niektóre drwiny z Lecha Kaczyńskiego, to nie z powodu wykpiwania jego nazwiska, wzrostu, usposobienia, stylu bycia czy poglądów. Po śmierci śp. Prezydenta głównym celem ataków stał się Jarosław Kaczyński³¹.

Platforma Obywatelska prowadzi politykę nienawiści od 2005 r., kiedy przegrała z PiS-em wybory. Doszła wówczas do wniosku, że musi stworzyć między zwolennikami PO i PiS-u głęboki podział oparty na silnej emocji. Była to przyjęta z zimną krwią strategia dzielenia Polaków – chodziło o zatrzymanie odpływu elektoratu PO. Ochoczo zaangażował się w tę akcję establishment III RP, który bał się, jak za czasów rządu Jana Olszewskiego, o swoją pozycję, uwłaszczony na mieniu publicznym majątki, odkrycie esbeckich powiązań, o wyjawienie komunistycznych, a niekiedy po prostu sowieckich korzeni. Publicyści i eksperci, nowi funkcjonariusze z pierwszej linii frontu postmarksistowskiej „walki o nadbudowę”, mieli do dyspozycji media. Jacek Żakowski, Tomasz Lis, Wiesław Władyka, Andrzej Morozowski... nazwiska można wymieniać długo. Front nienawiści to jednak przede wszystkim inspirujący go Donald Tusk i wykonawcy – Stefan Niesiołowski czy Janusz Palikot³².

(b) przykład metanarracji środowiska centro-liberalnego:

To nieprawda, że pani Szydło wygrała tę kampanię; tę kampanię wygrała ogromna fala nienawiści, ogromna fala podłości, która niosła pana Dudę, pięć lat trwało zniesławianie i szkalowanie prezydenta Komorowskiego. Ja przypomnę: „morderca”, „zdrajca”, „Komoruski”, „agent”... Ja muszę powiedzieć, że podziwiam, że po tym wszystkim, co musiał wysłuchać, znieść te zniewagi, obelgi, „maestro świńowości”, „agent GRU” – no nieprawdopodobne obelgi, które się nie nadają do powtórzenia, karykatury – jako „enkawudzista”, „oprawca”, „morderca”, i po tym wszystkim to, przepraszam, nigdy się nie zająknął pan Duda przeciw temu, nigdy nie potępił tego, absolutnie ta „szczujnia” go niosła do wyborów – nie pani Szydło, która jest chyba (...) jeszcze bardziej nudna niż Jarosław Gowin, i jak cokolwiek mówi, nie sposób zapamiętać, o czym ona mówiła, i to jest sukces tej fali³³.

Wbrew dość mocno rozpowszechnianym opiniom obie metanarracje nie były symetryczne pod względem pragmatycznym. Wzorzec (a) jest starszy,

propagandę każdego z dwóch głównych ugrupowań. Abstrahując od subtelnych, wewnętrznych sporów ambicjonalnych i podziałów na prawicy po zmianie składu redakcji „Rzeczypospolitej” czy też różnic między grupą ojca Tadeusza Rydzyka a „Gazetą Polską”, zarysowały się dwa takie kolektywne środowiska: spójne prawicowo-narodowe (PiS, Solidarna Polska, Polska Razem, Prawica Rzeczypospolitej, „Gazeta Polska”, „Gazeta Polska Codziennie”, „W Sieci”, Radio Maryja, TV Trwam, Telewizja Republika, „Do Rzeczy”, Niezależna.pl, Fronda.pl) oraz heterogeniczne i znacznie mniej spójne, choć koherentne pod względem argumentacji ostrzegającej przed wygraną PiS-u środowisko centro-liberalne (PO, PSL, „Newsweek”, „Gazeta Wyborcza”, TokFM, „Polityka”, „Tomasz Lis na żywo”).

³¹ S. Kmiecik, *Przemysł pogardy. Niszczenie wizerunku prezydenta Lecha Kaczyńskiego w latach 2005–2010 oraz po jego śmierci*, Warszawa 2012, cyt. za: <http://multibook.pl/pl/p/Slawomir-Kmiecik-Przemysl-pogardy-2/3429> (20.12.2015).

³² J. Lichočka, *Polityka nienawiści*, Niezależna.pl, 8.06.2015 (13.12.2015).

³³ Wypowiedź Stefana Niesiołowskiego, „Kropka nad i”, 22.06.2015.

lepiej dopracowany i, co najważniejsze, spójny argumentacyjnie. Jest to meta-narracja ofensywna i dyskredytacyjna, mobilizująca zwolenników w obliczu „niewyobrażalnego zła cynicznie popełnianego przez oponentów”. Wyściowym założeniem jest przeświadczenie o zbudowaniu przez oponentów „przemysłu nienawiści i pogardy” – czyli podejmowania starannie zaplanowanych, skoordynowanych przez władzę i jej medialnych popleczników, masowych działań mających zniszczyć symbolicznie wizerunek braci Kaczyńskich. W radykalnej wersji opisywana metanarracja zakłada fizyczną likwidację prezydenta („zamach smoleński”). Myśli się tutaj: „Działania przeciwników są cyniczne, doskonale zorganizowane, obejmują współpracę z Rosją Putina i innymi wrogami Polaków. Ich celem jest utrzymanie władzy i interesów establishmentu, ukrycie własnych aktów korupcji i działań na szkodę Polaków. Jedynym rozwiązaniem musi być obalenie złej (niemoralnej) władzy i odbudowanie rozkradanej Polski. Każdy uważający inaczej zachowuje się kłamliwie i niestosownie”. Ważne jest również to, że wzorzec ten był długo ćwiczony – realizowany od 2010 roku, zawsze w bardzo spójnej postaci.

O ile środowisko opozycyjnej prawicy miało jedną, silną i spójną meta-narrację, która w 2015 roku skutecznie organizowała polityczną komunikację, o tyle repertuar środowiska władzy był znacznie mniej koherentny. Niemrawa kampania prezydencka Bronisława Komorowskiego przed I turą i chaotyczne działania podejmowane później, dynamiczne posunięcia premier Ewy Kopacz pozbawione marketingowego przesłania, medialne potyczki i boje „gladiatorów Platformy” – wszystko to mieszało się w tyglu medialnego spektaklu. Częścią tego widowiska była specyficzna metanarracja zilustrowana przykładem (b) – jej specyfikę stanowi wtórność wobec metanarracji (a) oraz zasadniczo defensywny charakter. Charakterystyczne prostowanie typu „nieprawda, że...” nie miało żadnego znaczenia, zwłaszcza że równocześnie aktorzy Platformy, równie ochoczo jak oponenti, sięgali po radykalne środki wyrazu. Dlatego obserwowana w mediach kampania w 2015 roku mogła wirować wokół ‘tego, co stosowne i niestosowne’, przynosząc kolejne odsłony wzajemnego obrażania się jednych na drugich.

Nie mogło być symetrii między obiema metanarracjami również z innego, bardziej fundamentalnego powodu. Metanarracja środowiska prawicowo-narodowego od samego początku była oparta na etycznym fundamencie polityczności. Przyjmuje się w nim, że podstawą polityki jest porządek aksjologiczny, a polityka to „walka dobra ze złem”. W jej centrum są wartości i moralność, które z założenia nie podlegają kompromisom. Ze złem się nie paktuje i nie rozmawia – zło zwalcza się totalnie. Carl Schmitt, charakteryzując swoje rozumienie polityczności, nazywał to „efektem tyranii wartości”³⁴. Zjawisko to, notabene zasługujące na obszerniejsze omówienie, przejawia się

³⁴ Zob. Ch. Mouffe, *Polityczność*, przeł. J. Erbel, Warszawa 2008, s. 19–20, 26–34, 93–104, 134–135.

w czymś, co można by nazwać „asymetrią zadawanego i odczuwanego bólu”: argumentacja etyczna legitymizuje użycie języka wrogości wobec przeciwników spraw zasadniczych, a równocześnie każdą próbę polemiki odczuwa się w takiej sytuacji jako niezasadnioną, poważną zniewagę. Katarzyna Kłosińska w swojej analizie politycznej debaty w Polsce nazywa ów język „dyskursem etycznym”³⁵, zwracając uwagę między innymi na to, że jego punktem konstrukcyjnym są wątki romantyczne (naród, *sacrum*, tradycja, wiara, siła, godność) i socjalistyczne (człowiek, praca, krzywda, sprawiedliwość, równość).

Druga metanarracja (u Kłosińskiej „dyskurs pragmatyczny”) jest odmienna. U jej podłoża leży (naiwna?) koncyliacyjna wizja polityczności i demokracji liberalnej. Konflikt polityczny jest rzeczą naturalną, ale równie naturalne jest konsensualne uzgadnianie wspólnych rozwiązań. U podłoża są idee liberalne, wolność, gospodarka, prywatna własność, siła, sukces własny i państwa, skuteczność działania w kategoriach obywatelstwa i wspólnotowości.

Przyjrzyjmy się typowym przykładom politycznej konfrontacji w mediach, której uczestnicy w swojej argumentacji odnoszą się do problemu stosowności. Oba przykłady pochodzą z dyskusji politycznych, jednej w telewizji, drugiej w radiu. Oba programy dotyczyły problematyki wzajemnego rozumienia ‘tego, co stosowne’ w politycznej konfrontacji.

(a) Wywiad telewizyjny z politykiem

J.B.: Zgoda, ale postawię panu redaktorowi dobry koniak (...), jeżeli pan znajdzie jedną moją wypowiedź, którą będzie można porównać z wypowiedzią albo typu „dorżnięcie watahy”, albo „hieny cmentarnej”, albo „sekt”, albo „zastrzelenie i wypatroszenie człowieka, lidera opozycji”...

K.P.: Oczywiście o wypatroszeniu pan nie mówił, ale na przykład: „Donald Tusk za katastrofę smoleńską tak naprawdę jest już na liście hańby narodowej”...

J.B.: Ale tak uważam.

K.P.: I to jest mocna wypowiedź.

J.B.: Ale panie redaktorze, co jest wykraczające w tej wypowiedzi – poza jej ostrością oceny pana premiera Donalda Tuska, pod którą to oceną podpisuję się również dzisiaj – **co jest w niej niestosownego czy bulwersującego?** (...)

K.P.: „Nie zamierzam komentować słów polityka, który powinien zostać wybatożony...” – to też pańskie słowa. „Ten lubelski błazen funkcjonuje w życiu publicznym tylko dlatego...” itd., itd. Tu chodziło o Palikota. „Palikot to megaburak”.

J.B.: I mało tego, panie redaktorze, uważam, że Palikot to nie tylko megaburak, ale wręcz kreatura polskiej polityki.

K.P.: No więc właśnie – pańskie wypowiedzi są, jak na polską politykę...

J.B.: Ostre?

K.P.: Przyzna pan, bardzo ostre!

J.B.: **Ostre, panie redaktorze, ale przyzna pan, nie ma w tym żadnej nienawistnej konotacji i nie kieruje mną żadna nienawiść** ani do...

K.P.: Do Palikota też nie?

³⁵ Zob. K. Kłosińska, *Etyczny i pragmatyczny. Polskie dyskursy polityczne po 1989 roku*, Warszawa 2012.

J.B.: Panie redaktorze, ja żadnego człowieka nie nienawidzę i również uważam, że osoba pokroju Palikota tak naprawdę jest bardzo ale to bardzo nieszczęśliwa i najlepiej dla niej, ale przede wszystkim dla polskiej polityki byłoby, aby z tej polityki zniknęła³⁶.

(b) Dyskusja radiowa

J.S.: Ale dobrze, (...) **to są dwie zupełnie różne rzeczy**. Co innego jest opisywanie, nawet czasami w ostry sposób, stawianie pewnych diagnoz politycznych, społecznych, ale nie-odnoszących się jednak wprost do konkretnej osoby, niemające na celu wskazania, że ta konkretna osoba musi być obrażona, musi być zmieszana z błotem. **Możemy się nie zgadzać z takimi sądami Jarosława Kaczyńskiego, ale one nikogo nie obrażają!**

M.O.: Nie, no jasne – jak mówią, że „Komorowski jest pod butem Rosji”, to nie jest obraźliwe, to jest „opisujące sytuację”...

J.S.: Pan prezydent Bronisław Komorowski jest...

A.R.: To się nazywa relatywizm moralny.

J.S.: ...politykiem, podejmuje określone decyzje i jako polityk może być krytykowany. To jest normalne w każdym demokratycznym państwie³⁷.

Powyższe słowa ilustrują zjawisko wzajemnej nieprzekładalności obu metanarracji. Są dwie możliwości interpretacji: albo politycy realizują maksymy taktyczne i komunikacyjne wiernie aż do bólu, ponieważ wierzą w to, że służą dobru („prawdziwym wartościom”, „narodowi”), więc muszą być bezwzględni – albo też zachowują się cynicznie, odgrywając role „gladiatorów” najlepiej, jak potrafią. Problem w tym, że w obu sytuacjach rodzi się podstawowe zastrzeżenie: oglądany i analizowany spektakl przestaje być p o l i t y c z n ą k o m u n i - k a c j ą. Można mieć zasadnicze obiekcje zarówno ze względu na odmienne rozumienie istoty polityczności, jak i na to, że pojęcie „komunikacji” oznacza coś zupełnie innego niż wygłaszanie równoległych monologów, zbudowanych na podstawie odmiennych założeń i projektów, oraz negowanie wszystkiego, co tylko nie jest spójne z własną argumentacją. Wszystko to prowadzi do pytania: na ile poważnie jesteśmy traktowani jako obywatele i obserwatorzy publicznej polityki, zainteresowani dobrem w s p ó l n o t y?

Konkluzje

Będący przedmiotem analizy na przykładzie kampanii w 2015 roku problem stosowności jest zatem zasadniczo nierozwiązywalny ze względu na to, że główni aktorzy nie są w stanie uzgodnić kryteriów rozumienia polityczności. Wieloletni, narastający konflikt między głównymi podmiotami polskiej polityki doprowadził do specyficznego stanu debaty, w której – z punktu widzenia uczestników

³⁶ Rozmowa Konrada Piaseckiego z Joachimem Brudzińskim, „Piaskiem po oczach”, TVN24, 30.11.2012.

³⁷ J.S.: Jacek Sasin, A.R.: Andrzej Rozenek, M.O.: Monika Olejnik, „Siódmy dzień tygodnia”, Radio ZET, 9.12.2012.

– „stosowne” jest już *w s z y s t k o* to, co subiektywnie wzmacnia spójność programu komunikacji danego podmiotu, a niestosowne *w s z y s t k o* to, co tę spójność narusza. Pojęcie granicy dopuszczalnego zachowania straciło obiektywny sens. Po drugie, w rywalizacji o tak zaawansowanym poziomie wzajemnej awersji, niechęci czy wręcz nienawiści trudno o spektakularne polityczne kompromisy. Początkowy agonizm został zastąpiony głębokim antagonizmem, którego przejawy są niepokojące. Nie wiemy, czy mamy do czynienia jeszcze ze zwaśnionymi aktorami (odgrywającymi role w politycznych spektaklach), którzy w razie konieczności porozumieją się dla wyższego dobra – czy może już z podmiotami polityki rozumianej zgodnie z teorią decyzyjizmu Carla Schmitta. Odpowiedź na to pytanie będzie miała konsekwencje nie tylko dla jakości medialnych spektakli politycznych, ale również dla utrzymania ustroju demokratycznego w Polsce.

