

Władysława Bryła, Agnieszka Bryła-Cruz

Instytut Filologii Polskiej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej,
Instytut Anglistyki Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej

Sposoby nobilitowania polityków w wybranych tekstach prasowych

Współczesne media umożliwiają niezwykle łatwą komunikację (bezpośrednią lub pośrednią) polityków ze społeczeństwem. Politycy bardzo dbają o tę komunikację, ponieważ nieustannie zabiegają o poparcie swojego (i nie tylko swojego) elektoratu. Ta sytuacja „sprawia, że w poszukiwaniu najlepszych sposobów zjednywania odbiorców i najatrakcyjniejszych sposobów opisywania rzeczywistości politycy uciekają się do coraz to nowych chwytów, odwołując się do wszystkich możliwych stylów i gatunków” [Bralczyk 2003: 2].

Rolę mediów i ich wpływ na sposób prezentowania polityki Janina Fras ujęła następująco: „media informują o zdarzeniach politycznych, uczą zasad działania ustroju demokratycznego, inicjują debaty nad problemami społecznymi, nadają rozgłos naruszeniom procedur demokratycznych, służą pluralistycznej perswazji politycznej” [Fras 2005: 37]. Jednakże to media przekształcają politykę w spektakle (niekiedy dramatyczne), dbają o widowiskowość i atrakcyjność przekazu. „Właśnie to dążenie mediów do popularności sprawia, że mediatyzacja polityki wypacza jej obraz i kreuje fałszywe wyobrażenia o istocie demokracji, coraz częściej nazywanej z tego powodu mediokracją” [Fras 2005: 37]. W takiej sytuacji, aby „zaistnieć medialnie”, politycy zaczęli wypowiadać się coraz bardziej emocjonalnie i indywidualnie, wykorzystując różne aktualne zdarzenia, sytuacje, oraz wprowadzać do języka oficjalnego (np. w Sejmie) język potoczny. Zjawiska te bardzo dobrze dokumentuje *Słownik propagandy politycznej po roku 1989* autorstwa Rafała Zimnego i Pawła Nowaka [2009] oraz liczne prace językoznawców i medioznawców, m.in. Mariana Golki [2008], Ireny Kamińskiej-Szmaj [2001], Mirosława Karwata [2007], Kazimierza Ożoga [2004], Marii Wojtak [2004], Bogusławy Dobek-Ostrowskiej [2004], Marcina Poprawy [2009].

Magdalena Zawalska, odwołując się do badań medioznawczych, stwierdza, że

[w] Polsce o szczególnym zaostrzeniu debaty publicznej i towarzyszącej temu wulgaryzacji i brutalizacji języka krajowej polityki mówi się od 2005 roku. Wcześniej politykom zdarzały się wypowiedzi wulgarne, jednak nie na tak dużą skalę. Przed wyborami parlamentarnymi znaczna część społeczeństwa deklarowała poparcie dla mającej powstać po wyborach koalicji PO-PiS. [...] Na krótko przed wyborami partie (wcześniej zjednoczone w walce przeciwko wspólnemu wrogowi, jakim był Sojusz Lewicy Demokratycznej), walcząc o dominację, sprawiły, że wizja koalicji zastąpiona została coraz ostrzejszą retoryką obydwu stron. Doprowadziło to do konfliktu destrukcyjnego, w którym brutalny język stanowił istotną broń. [Zawalska 2011: 59–60]

Do zainicjowanego wówczas konfliktu destrukcyjnego dołączyły się później różnice wyjaśniania przyczyn katastrofy smoleńskiej z 10 kwietnia 2010 roku przez PiS i PO, co doprowadziło do brutalnego wzajemnego dyskredytowania obu partii i ich elektoratów. Zaczęto mówić o Polsce liberalnej i Polsce solidarnej, o platformersach i pisowcach, Kaczystanie i Tuskolandii i te określenia zastąpiły pierwotny podział na lewicę i prawicę. Wytworzył się swoisty podział na „swoich” i „obcych”. Swoich wartościuje się pozytywnie, obcych – negatywnie.

Zjawisko dyskredytacji polityków jest dobrze rozpoznane i opisane w literaturze naukowej w różnych pracach. Tylko temu zjawisku swoją monografię poświęcił Karwat [2007]. O sposobach nobilitacji pisze się znacznie rzadziej. W wydanych w Częstochowie dwu tomach o nobilitacji i deprecjacji [Bizior, Suska, red. 2012a, 2012b] także wyeksponowane są sposoby deprecjonowania, a nobilitacji poświęcono znacznie mniej uwagi.

Współcześnie nobilitacja bywa definiowana jako zjawisko historyczne: nadanie szlachectwa osobom z innych stanów społecznych przez króla i sejm, np. mieszczaninowi lub chłopu. Drugie znaczenie tego słowa to „podniesienie czyjegoś prestiżu, rangi czegoś” [Dunaj 2001 t. 1: 622]. Dzisiejsze rozumienie nobilitacji jest powiązane ze szlachectwem. Znanca problematyki szlachectwa Sławomir Baczewski w erudycyjnej książce *Szlachectwo* analizuje rozumienie tego pojęcia przez szlachtę, ukazuje apologię szlachectwa w twórczości literackiej i publicystycznej, podkreśla powiązanie tej idei z wolnością, patriotyzmem, cnotami osobistymi osób, by wreszcie dojść do konkluzji:

W efekcie tych wszystkich działań [kaznodziejstwa i rozwoju ideologii – W.B., A.B.C.] pojawiły się warunki, by mogło ukształtować się hasło Bóg –

Honor – Ojczyzna, które niewątpliwie jest potomne względem idei szlachectwa w wieku XVII. Szlachectwo, utożsamione z heroizmem oraz obroną ojczyzny, oznaczało wówczas także coraz częściej walkę za świętą wiarę katolicką. Popularna w XX wieku dewiza jest jednym z dowodów na to, że idea szlachectwa zaważyła na wyobrażeniu Polaków o patriotyzmie. [Baczewski 2009: 251]

Współcześnie nobilitować mogą szlachetne czyny, wyznawane wartości, towarzystwo. To one podnoszą prestiż osoby (lub grupy osób). W naszym rozumieniu nobilitacja to właśnie ukazywanie i realizowanie najwyższych, ważnych społecznie wartości. Zjawisko to może łączyć się z chwaleniem się, którego celem jest podtrzymywanie dobrego mniemania o sobie, prezentowanie własnego sukcesu. Dariusz Galasiński [1992] włącza chwalenie do technik ingracjacyjnych, do których zalicza konformizm, podnoszenie wartości partnera (pochlebstwo) i prezentowanie samego siebie. Beata Grochala, która podjęła próbę zdefiniowania nobilitacji w aspekcie pragmatycznym, konkluduje:

definiuję zarówno nobilitację, jak i deprecjację jako rodzaje działań mownych (aktów mowy), których celem jest odpowiednio poprawienie bądź osłabienie wizerunku drugiej osoby lub jakiejś grupy (rzadziej samego siebie). Służą temu stosowne środki językowe a także kontekst warunkujący skuteczność aktu mowy. [Grochala 2012: 34]

W niniejszym szkicu przeanalizujemy sposoby nobilitowania polityków w trzech tygodnikach społeczno-politycznych: „Do Rzeczy”, „W Sieci” i „Newsweeku”. Do swoich obserwacji świadomie wybrałyśmy prasę – jest to dobre medium ze względu na specyficzny typ percepcji treści przez czytelników, o którym muszą pamiętać nadawcy tekstów.

Tradycyjny podział odbiorców prasy jest następujący: czytelnicy względnie stali, dorywczy i sporadyczni. Mario Garcia dzieli potencjalnych czytelników na trzy grupy: czytelnik tradycyjny, poważny, tzw. senior, preferuje lekturę spokojną, poświęca na nią dużo czasu; skaner zaczyna lekturę od nagłówków, streszczeń, zdjęć oraz tzw. linii uciętych, na tym najczęściej kończy lekturę, i czytelnik ultradźwiękowy, który ogranicza lekturę do 5 minut dziennie, najczęściej rano zapoznając się przelotnie z wiadomościami. [Kopecka 2005: 51]

Sytuacja tygodników jest na tyle specyficzna, że typy czytelników zmieniają się w ciągu tygodnia. Odbiorca typu skaner w chwili pierwszego kontaktu może stać się czytelnikiem typu senior: uważnym, długotrwałym. Niebagatelną rolę

odgrywa w tym zastosowana odpowiednia strategia tekstualna, a szczególnie zawartość pierwszej strony. Aleksander Woźny podkreśla wzmożoną metatekstowość i szczególny status „jedyński”:

Otóż tytułowa strona sytuuje się wobec całej zawartości gazety na wyższym poziomie. Mówiąc o rzeczywistości, mówi również – i to coraz natarczywiej o samej gazecie. Już obecność tytułu prasowego ukazuje gazetę jako wypowiedź wielopiętrową. Podobnie rzecz się ma ze spisem gazetowych treści, eksponowanych na „jedyńce”. [Woźny 2005: 30]

Następnie autor dodaje, że strona tytułowa odzwierciedla treść całości, streszcza ją w swoisty sposób i poleca czytelnikowi zasadniczą myśl. „Pierwsza strona – podkreśla Wojtak – którą można interpretować w kategoriach pojedynczego przekazu, jest zatem tak skomponowana, aby ułatwić czytelnikom orientację w hierarchii zdarzeń, ich charakterze oraz sposobie usytuowania sekwencji zdarzeniowej” [Wojtak 2005: 40]. Dla takiego funkcjonowania pierwszej strony bardzo ważne są też elementy układu graficznego strony: typografia (krój pisma, jego stopień, światło), ilustracje (m.in. fotografie, grafika), struktura (układ materiału w kolumnie, ramki, belki, paginy), nawigacja (m.in. zapowiedzi, odsyłacze), paleta barw (kolory i ich konotacje) [Kopecka 2005].

Kilkuletnia obserwacja wymienionych tygodników pozwala na stwierdzenie, że liczba stron tytułowych i tematów numerów dyskredytujących polityków jest przytłaczająca względem tych z treściami nobilitującymi. Analiza ponad 150 numerów (trzech tygodników z dwu ostatnich lat) dowiodła, że tylko 10% stron tytułowych zawiera przekazy pozytywne.

Przykładem przekazu nobilitującego jest pierwsza strona „Do Rzeczy” (z 20–26 marca 2017 roku, dalej: Do Rz.), na której znalazł się wystylizowany portret premiera Węgier Victora Orbana. Autor portretu odwołał się do znanego obrazu przedstawiającego księcia Metternicha, namalowanego w 1822 roku przez Friedricha Johanna Gottlieba Liedera. Wyrazista twarz Orbana ustawiona w niewielkim prawym półprofilu, oczy skierowane na patrzącego i lekki półuśmiech ukazują człowieka pewnego siebie. Arystokratyczny strój z białym stojącym kołnierzykiem, biały fular pod szyją ze złotym równoramiennym krzyżem, czerwona wstęga z Medalem Złotego Runa przyznawanym w czasach cesarstwa Austro-Węgier za wybitne zasługi dla rodziny cesarskiej, na lewej piersi Order Świętego Stefana w formie Gwiazdy Krzyża Wielkiego odsyłają do najświetniejszych czasów cesarstwa za panowania Marii Teresy i Franciszka Józefa. Realistyczna twarz Orbana i strój w zdecydowanych kontrastowych barwach bieli i czerwieni umieszczone na szarym tle mogą sugerować wyra-

zistość Orbana i brak tej wyrazistości innych polityków. Galowy strój przejęty od Metternicha z pewnością sytuuje Orbana w sferze doktryny politycznej tego dyplomaty, który uważał, że władza monarsza jest nienaruszalna, a równowaga europejska powinna polegać na tym, iż żadne państwo nie może dominować i narzucać innym swoich praw. Aktualizacja tych poglądów o równowadze państw w Europie i ich niezależności może być odczytywana w kontekście debat nad koncepcją Unii Europejskiej. Portret Orbana dopełniony został białym napisem (na szarym tle). Słowa tego napisu: „Dał nam przykład Orban, jak walczyć o swoje” są wyraźną aluzją do polskiego hymnu *Jeszcze Polska nie zginęła*, odsyłają do zdania: „Dał nam przykład Bonaparte, jak zwyciężać mamy” i wskazują na Orbana jako wzór do naśladowania dla polityków polskich. Kontekstem do eksponowania sylwetki Orbana była jego zgoda na wybór Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej i głosowanie na Tuska (wbrew pierwotnym ustaleniom z Polakami). Pierwsza strona gazety zapowiada temat tygodnia, a realizuje go tekst Rafała Ziemkiewicza *Czego uczy nas Orban? i Krajobraz po bitwie* Piotra Semki. Artykuł Ziemkiewicza, powyżej tytułu, na apli, opatrzony jest wyimkiem odpowiadającym na tytułowe pytanie: „Zamiast się obrażać na premiera Węgier, że nie poparł naszej beznadziejnej szarży w Brukseli, powinniśmy mu być wdzięczni za udzieloną lekcję «polityki realnej», takiej jaką wcześniej prowadzili np. Talleyrand czy Metternich. I wreszcie zacząć się od Orbana uczyć” [Do Rz., s. 16]. Ziemkiewicz twierdzi, że „polityka polska nie ma nic wspólnego z polityką rozumianą jako sztuka osiągania celów możliwych do osiągnięcia” [Do Rz., s. 16]. W tej sytuacji Polacy powinni się uczyć sztuki pragmatyzmu, którą do perfekcji opanował Orban. Ta sztuka

wyrażała się dużą ustępliwością w sporach z pozostającymi pod rządami lewicy instytucjami unijnymi. Orban nigdy nie postawił żadnej sprawy na ostrzu noża, nie zdarzyło mu się odmawiać podpisania jakichś konkluzji czy protokołu i ogłaszać przy tym, że niecne potraktowanie przez eurokratów Węgier pokazuje ich prawdziwą twarz i neglizuje naturę Unii Europejskiej... [Do Rz., s. 17]

Umiał on przetrwać trudny czas, kiedy „postępowcy z Europy Zachodniej” piętnowali reformy Fideszu. Dzięki swojej „giętkości” (termin Ziemkiewicza) Orbanowi zdarzało się „ustępować, przyznawać krytykom, że poszedł za daleko i obiecywać dostosowanie się do unijnych oczekiwań. Oczywiście niczego takiego nie robił” [Do Rz., s. 17]. Orban charakteryzowany jest przy użyciu czasowników, które służą stwarzaniu wizerunku osoby kompetentnej,

skutecznej, refleksyjnej. Takiej, która jest strategiem, umie myśleć i działać perspektywicznie, wysnuwać wnioski z zaistniałych sytuacji czy zdarzeń, np. w sprawie Tuska „[n]ajwyraźniej skalkulował, że opłaca mu się dać namówić” [Do Rz., s. 18]. Po pierwsze trzy dni przed szczytem Unia Europejska zaakceptowała umowę Węgier z Rosatomem na budowę elektrowni w Paksie, do której „grube miliardy ma dołożyć Rosja”, po drugie Orban poprawił swój wizerunek: „zdradzając” Polskę, przekonał eurokratów, że zupełnie nie mieli racji, zwalczając go przez tyle lat – jest przecież obliczalny, pragmatyczny i rozsądny. Przynajmniej na tle Kaczyńskiego. Może to jego powinni traktować jako lidera regionu?” [Do Rz., s. 19]. Na tle zachowań pragmatycznych premiera Węgier polscy politycy są naiwni, wierząc, „[ż]e w ten sposób pokazaliśmy prawdziwą naturę UE” [Do Rz., s. 18]. Ziemkiewicz z przekąsem zauważa: „Polska nie pofatygowała się ubrać swych działań w niezbędne Unii pozory działania na rzecz wspólnoty” [Do Rz., s. 18]. Kontrast między pragmatycznym działaniem premiera Węgier i naiwnością polskiego rządu odwołującego się do „trzymania sztamy” i eksponowania symbolicznych gestów „demaskowania” Unii jest ogromny.

Gdyby którykolwiek z klasyków europejskiej polityki mógł to usłyszeć [wypowiedzi polskich polityków – W.B., A.B.C.], pękłby ze śmiechu. Talleyrand może przywołałby swoje: „To gorzej niż zbrodnia, to błąd”, a twórca ładu postanowionego po kongresie wiedeńskim, Klemens von Metternich wrzuciłby zapewne ramionami. [Do Rz., s. 18]

W świetle powyższych refleksji Rafała Ziemkiewicza podkreślającego pragmatyzm Orbana, a tym samym jego patriotyzm, dbałość o interesy swojego kraju, można stwierdzić, że jego sylwetka na pierwszej stronie gazety, strój i najwyższe odznaczenia zostały bardzo trafnie dobrane. Autor tego portretu udatnie zastosował technikę pozycjonowania i umiejscowił Orbana w czasach świetności Austro-Węgier. Ukazany tu mąż stanu doznał aktu niewątpliwej nobilitacji przez odwołanie się do powszechnie znanej sławy Metternicha, która przez „efekt aureoli” opromienia Orbana.

Podobne cechy Orbana – pragmatyzm i umiejętności dyplomatyczne – wyeksponował też Dariusz Kałan w koncepcyjnym artykule *Orban nie śni o Międzymorzu*, zamieszczonym w elektronicznej wersji „Newsweeka” 17 marca 2017 roku. W lidzie artykułu autor pisze:

Orban jest politykiem, który wyznaje zasadę Machiavellego: trzeba być jednocześnie lisem i lwem. Wobec Polski, tak bardzo wrażliwej na pochlebstwa,

najczęściej stosuje metodę lisa, czyli sprytnie ją podchodzi, uderzając w najczulsze tony. Myli się jednak ten, kto uwierzy, że premier Węgier jest czułym sentymentalistą, który śni te same sny o Międzymorzu co polska prawica i – co gorsza – dyplomacja.

Koncept lisa i lwa następnie rozwija autor konsekwentnie, twierdząc, że Orban, kiedy nie chce drażnić Unii, jest lisem, wobec Polski udaje przyjaźń (jest lisem), w Unii podpisuje się pod decyzjami większości (jest lisem). Lwem pozostaje na Węgrzech, kiedy w przemówieniach porównuje Brukselę do Moskwy, kiedy głosując za Tuskiem, walczy o jedność Unii. Autor twierdzi, że sam Orban nazywa swoją politykę „tańcem pawia”.

Oprócz tych animalnych porównań do lisa, lwa i pawia wystąpił też koncept *enfant terrible*, którym do tej pory były Węgry, a obecnie „straszny dzieckiem” jest Polska, gdyż Orban umiejętnie i skutecznie tę złą opinię o swoim kraju zmienia.

Jego skuteczność zachowań i działań jest paradoksalna, to „bodaj jedyny polityk, który jednocześnie należy do ścisłego europejskiego mainstreamu i go bojkotuje”. Taka umiejętność dyplomatycznych zachowań sprawia, że „w porównaniu z liderami rządzącymi Polską może pozować na męża stanu” i w pełni zasługuje na ten nobilitujący tytuł o znaczeniu „wielki, wybitny polityk” [Dunaj 2001, t. 1: 501].

W przywołanych wyżej dwu artykułach nobilitujące opinie o polityku wypowiedzieli dziennikarze, którzy wyrażali własną ocenę osoby. W dalszym toku niniejszego szkicu chciałobyśmy przyjrzeć się innemu typowi narracji, tj. sposobom autoprezentacji Andrzeja Dudy, prezydenta Polski, w wywiadzie zamieszczonym w tygodniku „W Sieci” (z 24–30 października 2017 roku, dalej: WS), poświęconym pierwszej rocznicy rządów PiS. Strona tytułowa ma konstrukcję dwudzielną: lewa zawiera napisy, prawa – portret Andrzeja Dudy. Na fotografii (do pasa) prezydent ubrany jest w gustowny grafitowy garnitur i tego koloru krawat (do białej koszuli), trzyma w ręku białą porcelanową filiżankę z małymi złoceniami. Sylwetka ujęta jest w lewym półprofilu, twarz z lekkim uśmiechem i oczy patrzące w dal. Układ strony może sugerować, że prezydent wpatruje się w napis umieszczony na lewej połowie strony tuż przed jego oczami, który jest dla niego ważny: „Przez ten rok MY zrobiliśmy więcej niż ONI przez 8 lat”. Grafia i barwa liter są celowo dobrane i znaczące. Wybrano kolory biały i czerwony. Białe litery zapisane kursywą zastosowano dla określeń temporalnych: „przez ten rok” i „przez 8 lat”; czerwone: dla przeciwstawienia MY – ONI (zapis wersalikami) i zdania „zrobiliśmy więcej niż”. Pod tym napisem zamieszczono ośmiowersową zapowiedź, w której wskazano

nadawcę i nakreślono tematykę rozmowy: „Andrzej Duda / o atakach na pierwszą damę, / czarnych protestach, / trybunale, / frankowiczach, / donosach na Polskę, / relacjach z PiS / i Jarosławem Kaczyńskim”. Cały tekst zapowiedzi zapisano wersalikami w kolorze garnituru prezydenta. W części gazety *Temat tygodnia. Rozmowa* [WS, s. 18–25] z prezydentem rozmawiają Jacek i Michał Karnowscy oraz Piotr Zaremba. Słowniki języka polskiego definiują rozmowę [por. Kita, Grzenia 2003] jako wzajemną wymianę myśli za pomocą słów przez co najmniej dwu rozmówców w kontakcie bezpośrednim lub pośrednim. Dla potrzeb niniejszego szkicu warto odnotować, że rozmówcy nie są równi rangą (prezydent – dziennikarze), rozmowa odbywa się ze świadomością, że ma być opublikowana, dotyczy wielu różnych spraw ważnych (społecznych i politycznych) wzbudzających zainteresowanie wielu odbiorców, obejmuje pracę związaną z kompetencjami prezydenta. Tytuł analizowanej tu rozmowy jest cytatem – wyimkiem z wypowiedzi prezydenta: „Podpisuję, bo realizuję mój program”, wskazuje na rozmówcę jako głowę państwa. Mówca eksplicytnie legitymuje, tzn. uzasadnia, swój urząd: „jako prezydent Rzeczypospolitej” [WS, s. 24]; „to ja jestem politykiem nie ona [żona – W.B., A.B.C.]” [WS, s. 24]; „to ja wygrałem wybory”; „dla mnie najważniejsze jest” [WS, s. 24]; „moja ustawa” [WS, s. 22]. Jak widać, pojawiły się tu elementy autoprezentacji akcentującej ścisły związek osoby mówiącej z funkcją, która została zdobyta **prawomocnie**: „wygrałem wybory”. Prezydent w akcie powiadomienia o intencji „chcę, żebyś wiedział, że p” [Grzegorzczkova 1996: 40] podkreśla osobistą tożsamość polityczną, tzn. nie ukrywa swoich poglądów, akcentuje związek z partią, która wystawiła go jako kandydata na prezydenta i mocno identyfikuje się z narodem polskim i Polską jako państwem, za które ponosi odpowiedzialność, np.: „W takiej sytuacji [sporu z bankami o «frankowiczów» – W.B., A.B.C.] nie mogłem się zdecydować na drastyczne kroki. Powtarzam: to już jest kwestia odpowiedzialności za państwo” [WS, s. 22].

Oprócz legitymizacji stanowiska i funkcji prezydent mocno akcentuje swoją fachowość i racjonalność działań. W tym celu wykorzystuje różne środki leksykalne mające wskazywać, że dysponuje on dużymi zasobami specjalistycznej wiedzy, np.: „Z moich informacji wynika, że niektóre propozycje francuskie były całkowicie sprzeczne z polskimi priorytetami” [WS, s. 23]; „znam opinie ekspertów” [WS, s. 23]; „z analiz, które mi przedstawiono, wynikało, że”; „Z moich rozmów z prezesem NBP wynika, że ta sprawa zostanie rozwiązana” [WS, s. 23]. Leksemy *informacja*, *analiza*, *ekspert*, *opinia*, *rozmowa z kompetentnym rozmówcą* kierują uwagę odbiorcy do sfery nauki, gdzie stwierdzenia są dobrze udokumentowane, obiektywne, ale często dostępne tylko specjalistom i do takiego grona specjalistów, fachowców dołącza właśnie prezydent.

O swojej aktywnej działalności mówi wielokrotnie: „złożyłem projekt w Sejmie, tak jak się zobowiązałem” [WS, s. 21]; „Nie mam wątpliwości, że sprawa ta zostanie rozwiązana w sposób prospołeczny” [WS, s. 21].

Fachowość polityka, którą eksponuje Duda, sytuuje go w pozycji dominującej względem innych, sprawia, że jest postrzegany jako animator życia w wielu obszarach: „Gdzie tylko mogę zabieram z sobą przedstawicieli resortów gospodarczych, biznesu, zachęcam, pomagam, ułatwiam kontakty, staram się usuwać przeszkody” [WS, s. 23]. Mówca wykorzystuje tu czasowniki w formie dokonanej trybu orzekającego, które sugerują niemożność podważenia ich prawdziwości, bowiem nazywają to, co już zaistniało, a więc fakty. Ponadto w znaczeniu tych czasowników zawarta jest możliwość krotności działania: *zabieram* (wiele razy), *pomagam* (zawsze i często) i zestawianie ich z rzeczownikami w liczbie mnogiej: *kontakty*, *przeszkody*.

Dominujący nadawca może retorycznie modelować swoje wypowiedzi. Przykładem takiego modelowania jest następująca wypowiedź prezydenta zainicjowana konstatacją dziennikarza: „Zerwanie kontraktu przyniosło odwołanie wizyty prezydenta Francji”. Duda mówi:

Nie powinniśmy się przejmować takimi gestami. [...] Francuzi są pragmatyczni, a my tym razem zachowaliśmy się tak jak oni zachowują się zawsze – pragmatycznie. Strona francuska nie wypełniła wymagań naszej ustawy co do wartości offsetu. Jej oferta była wyraźnie niższa niż wartość kontraktu i mimo wezwań nie pojawiły się lepsze propozycje, zmieniano jedynie mnożniki. Polski rząd stał twardo na gruncie naszego interesu gospodarczego. Z moich informacji wynika, że niektóre propozycje francuskie były całkowicie sprzeczne z polskimi priorytetami. [WS, s. 23]

Dopiero po tej dość długiej narracji, wymodelowanej według własnego uznania, będącej odpowiedzią „nie wprost”, mówca powraca do kwestii poruszanej przez dziennikarza: „A co do spotkania z prezydentem Hollandem myślę, że nie trzeba będzie na nie długo czekać. Dlaczego? Bo Francuzi są pragmatyczni” [WS, s. 23]. W pierwszym zdaniu tej wypowiedzi: „Nie powinniśmy się przejmować” mówca eksponuje postawę swojej dominacji, którą można odczytać następująco: to prezydent Polski ma wiedzę o tym, jakie uzbrojenie jest dobre dla polskiego wojska i które kontrakty są korzystne dla polskiej gospodarki. Ale ta wiedza pozwala rozciągnąć pole dominacji i wygłaszać opinie o pragmatyzmie Francuzów: „Francuscy politycy przy każdej rozmowie wtrącają kwestie gospodarcze, pilnując interesów francuskich firm. Są absolutnie bezwzględni”

[WS, s. 23]. Z postawy dominacji wynika także prognozowanie spotkania z prezydentem Hollandem.

W świetle powyższych zachowań językowych można wysnuć wniosek, że prezydent uważa się za polityka racjonalnego, obiektywnie oceniającego rzeczywistość, wyrazistego, o silnej osobowości, co wielokrotnie podkreśla: „Uważam, że należało skierować do komisji projekty obu ustaw obywatelskich, a więc także propozycję środowisk lewicowych” [WS, s. 23]; „Jestem przeciwny jakiegokolwiek formie karania kobiet” [WS, s. 24]; „Przyjęcie zasady karalności nie mieści mi się w głowie” [WS, s. 24]; „Nie mam co do tego żadnych wątpliwości” [WS, s. 24]; „Dla mnie najważniejsze jest możliwie najlepsze wypełnienie moich zobowiązań w tej kadencji” [WS, s. 25].

Wśród wielu innych tematów dziennikarze poruszyli również kwestię kredytów frankowych, drażliwą społecznie i kłopotliwą dla prezydenta. Rozmówcy przypominają prezydentowi jego obietnicę z kampanii wyborczej i sytuację kredytobiorców, którzy często „uwięzieni w małym mieszkaniu, z kredytem dużo większym niż wartość lokalu nie mogą mieć więcej dzieci, nie mają perspektyw na zmianę mieszkania, a nawet zdarzają się wśród nich samobójstwa na tym tle” [WS, s. 23]. Prezydent odpowiada:

Sam się w tej sprawie przeliczyłem. Powiem jednak tak: nie przypuszczałem, że zostanie rozpętana taka nagonka przeciwko Polsce za granicą, że pojawią się obawy o stabilność polskiej gospodarki. Ale powtarzam: dla mnie temat nie jest zamknięty. Zrobiłem pierwszy krok [ustawa o zwrocie spreadów – W.B., A.B.C.] i będę dalej czynił wszystko, by były kolejne. [WS, s. 23]

W odpowiedzi na pytania dziennikarzy prezydent zastosował akt tłumaczenia się,

za pomocą którego nadawca zmierza do znalezienia uzasadnienia swego postępowania, niekoniecznie dokonując przy tym krytycznej oceny samego siebie (informacja zawarta w formule wyjaśniającej może być zdekodowana jedynie przez polemistę, który zna okoliczności postępowania nadawcy i jest w stanie podważyć wymowę jego argumentów). [Poprawa 2009: 206–207]

Zastosowanie tego aktu było sposobem „ratowania twarzy”, który miał zapobiec naruszeniu (zrujnowaniu) wcześniejszego obrazu mówcy, a równocześnie podtrzymać chęć dalszej konwersacji. Po pierwsze prezydent wskazał i wymienił własne działania: „zwracam uwagę na jedno: przygotowałem ustawę, która spowoduje, iż banki będą musiały im zwrócić część pieniędzy,

najczęściej kilkanaście, nawet kilkadziesiąt tysięcy” [WS, s. 22]; po drugie przerzucił winę na innych – nagonka na Polskę, zaniedbania poprzedniej ekipy: „Czy poprzedni rząd złożył choćby taką ustawę? Może warto przypomnieć, że niektórzy politycy dzisiejszej opozycji zapewniali nawet przed laty, że kurs franka znacząco nie wzrośnie” [WS, s. 22]; po trzecie powołał się na wyższą zasadę, którą jest dobro kraju, tj. stabilność gospodarki i finansów; po czwarte złożył obietnicę dalszych prac nad rozwiązaniem problemu kredytów frankowych. Marcin Poprawa cele aktów tłumaczenia się ujmuje następująco:

[...] mogą być w sposób utajony wykorzystane przez nadawcę jako forma sterowania odczuciami i sędami publiczności. Co prawda, nadawca prawdopodobnie nic nie zyska, przyznając się do swoich niepowodzeń, natomiast może on zademonstrować przed odbiorcą zbiorowym, że jego działania były słuszne, ale o ich porażce zdecydowały np. nieoptymalne warunki (inspirowane przez przeciwników lub będące wynikiem ich działań). [Poprawa 2009: 210]

Autor ten zwraca następnie uwagę na zmianę hierarchii i argumentów: „*argumentacja ad rem* (związana z wyjaśnianiem okoliczności porażki) zmienia się w sposób niewidoczny w argumentację *ad personam*, gdyż za «nieszczęściami» polityka kryją się wrogi mu osoby” [Poprawa 2009: 210].

Powyższa strategia kompensacyjna związana z „zachowaniem twarzy” została zrealizowana bezpośrednio, w eksplicytnych wypowiedziach sformułowanych z ręcznie i z empatią względem „frankowiczów”: „Oczywiście rozumiem rozczarowanie tych, którzy mają kredyty przeliczane na franki...” [WS, s. 22]. Czasami mówca opatruje swoją wypowiedź partykułą *niestety*, którą „mówiacy wyraża swoje niezadowolenie z danego stanu rzeczy i sygnalizuje, że spodziewał się bardziej pomyślnego rozwoju wypadków” [Dunaj 2001: 607], np.: „Proszę zwrócić uwagę, jaką opinię o Polsce budują na Zachodzie niektóre media, przy współudziale – niestety – wielu opozycjonistów” [WS, s. 22].

Kolejnym sposobem na pozytywną autoprezentację jest identyfikowanie się prezydenta z osiągnięciami rządu „dobrej zmiany” Beaty Szydło. Uzasadnieniem tej identyfikacji jest wspólny program PiS i wspólne działanie na korzyść obywateli. Nawiązując do sformułowania dziennikarza o drużynie „dobrej zmiany”, prezydent mówi:

My też będziemy grać do końca. Realizując program, z którym do wyborów szedłem ja, potem szło Prawo i Sprawiedliwość. Przypomnę zresztą, że projekty 500+ i Mieszkanie+ prezentowałem osobiście na kongresach progra-

mowych PiS jeszcze jako poseł, a także w mojej kampanii prezydenckiej. [WS, s. 20]

W innym miejscu zauważa: „Prezydent, rząd i większość parlamentarna działają w perspektywie całej kadencji” [WS, s. 20]. Do wyliczania wspólnych z rządem sukcesów wykorzystuje ingracyjną, inkluzywną kategorię pierwszej osoby liczby mnogiej czasownika i zaimek dzierżawczy *nasz*, np.: „podnieśliśmy najniższe wynagrodzenie”, „wprowadziliśmy wyższą stawkę godzinową”, „budujemy model gospodarczy”, „chcemy rozwijać polskie firmy” [WS, s. 2].

Zapowiedziana na pierwszej stronie tygodnika konfrontacja MY – ONI jest obecna w króciutkiej, eksplicytniej wypowiedzi:

Wcześniej rządzący często zapominali o polskich rodzinach, zwłaszcza w okresie rządów PO i PSL. Publiczne pieniądze rozplywały się gdzieś w powietrzu, a na realne i znaczące wsparcie dla rodzin zawsze ich brakowało. **Dzisiaj** mamy program 500+, o którego wartości przekonują się podczas każdej krajowej wizyty. [...] Pamiętajmy też o darmowych lekach dla seniorów, o konieczności naprawy systemu ochrony zdrowia, odbudowie polskiego przemysłu, w tym stoczniowego, reformie edukacji czy wzmocnieniu polskiego potencjału wojskowego przez stworzenie zrębów Obrony Terytorialnej. [WS, s. 20]

Mówca zastosował tu retoryczną figurę wyliczenia (enumerację), która pozwala dodawać do siebie elementy w sposób luźny, układać w serie, uzupełniać, przedstawiać miejscami, nie ograniczać liczby wymienianych (wyliczanych) elementów. Jak widać, zastosowanie tej figury dobrze oddaje mnogość działań rządu.

Na pytanie dziennikarza: „W pańskiej ocenie w sferze realizacji programu wszystko więc idzie dobrze?” odpowiada: „Dużo już dało się zrobić. Myślę, że większość moich rodaków, gdyby zastanowiła się na chłodno, doszłaby do przekonania, że **obecny rząd** zrobił dla nich więcej **przez rok** niż poprzedni **przez osiem lat**” [WS, s. 20]. W tym miejscu rozmowy mówca odchodzi od koncyliacyjnej retoryki i przyjmuje postawę antagonistyczną względem poprzedniej władzy. Stosuje nie tylko pozycjonujące wykładniki temporalne (*wcześniej – dzisiaj, przez rok – przez osiem lat*), ale i postawę wartościującą negatywnie poprzedników, którzy nie dbali o rodzinę i źle gospodarowali publicznymi pieniędzmi. Ogólnikowe stwierdzenie, że pieniądze „rozplynęły się gdzieś w powietrzu”, z wykorzystaniem frazeologizmu o znaczeniu ‘znikać, zacierać się, stawać się niewidocznym’, jest presupozycją negatywnie wieloznaczną, która może być rozumiana jako niegospodarność, ale i korupcja, czy nawet zagrożenie przyszłości Polski. Presupozycję tę można odczytać

jako brak wartości moralnych poprzedniej władzy. Ten kontrast umożliwia kreowanie wysoce pozytywnego wizerunku władzy obecnej jako uczciwej, kompetentnej i skutecznej w działaniu. Wymienianie zrealizowanych już projektów i strategicznych planów na przyszłość czyni ten pozytywny wizerunek jeszcze bardziej wiarygodnym.

W analizowanej rozmowie nie mogło zabraknąć wysoce wartościującego wydarzenia, jakim były Światowe Dni Młodzieży w Krakowie i wizyta papieża Franciszka. Prezydent podkreślił, że „Ojciec Święty był zachwycony atmosferą Światowych Dni Młodzieży, Polska bardzo mu się podobała. Widać było, że jest szczęśliwy” [WS, s. 25] i że rozmawiał z papieżem nie tylko kurtuazyjnie, ale także o sprawach aktualnych, np. imigrantach:

Wyjaśniałem, że przyjęliśmy wielu imigrantów z Ukrainy, że oni się dobrze asymilują, są dobrze przyjmowani. Nikt w Polsce przed nikim nie zamyka granicy, choć nie zgadzamy się na to, by byli przywożeni przymusowo. Nikt w Polsce nie będzie ich więził. Jeśli jednak ktoś potrzebuje pomocy, to ją od nas otrzyma. [WS, s. 25]

Prezydent, mówiąc, że ukazał papieżowi wysoce pozytywny obraz Polski, pośrednio pochwalił siebie, a ponadto zrealizował strategię „pławienia się w cudzej chwale”. Papież jest bowiem głową Kościoła i państwa, światowym autorytetem i to właśnie pozwoliło prezydentowi stworzyć swój pozytywny wizerunek męża stanu, który z papieżem ma przyjacielskie relacje oparte na wartościach chrześcijańskich. Dla nich obu polityka to służba drugiemu człowiekowi, przyjaźń, wzajemne zrozumienie i zaufanie oraz działanie na rzecz innych ludzi.

W świetle powyższych rozważań można stwierdzić, że wypowiedzi Andrzeja Dudy są komunikatami fortunnymi. Mówca poruszał tematy polityczne (polskie i międzynarodowe) i społeczne; prezentował własne inicjatywy, projekty i ustawy. Podczas rozmowy „nie wypadł z roli” i cały czas przemawiał jako osoba pełniąca najwyższą funkcję w państwie, nie ujawniał szczegółów nienależących do sprawowanej funkcji, np. hobby, życia rodzinnego. W pełni prezentował wiedzę dotyczącą swoich kompetencji, wymieniał własne działania, podkreślał umiejętność pracy zespołowej z rządem na rzecz wszystkich Polaków.

Prezydent okazał się dobrym mówcą, właściwie dobierał środki językowe, zachował zgodność treści z konwencją stylistyczną. Indywidualizował wypowiedź pod względem emocjonalnym, mówiąc o własnych doznaniach w różnych sytuacjach, np.: „smutno mi, to się nie mieści w głowie”. Potrafił odpo-

wiadać na trudne pytania zadawane przez dziennikarzy, eksponował pozytywne skutki swoich działań, a minimalizował niepowodzenia.

Mimo że to dziennikarze animowali rozmowę, prezydent tak eksponował treści i słowa, że w pełni zbudował swój wysoce pozytywny wizerunek.

Przedstawione wyżej sposoby waloryzowania polityków miały charakter niewerbalny i werbalny. Na załączonych do tekstów portretach ukazywano odpowiednio ustawioną sylwetkę, dobrany strój, rekwizyty, tło, które uzupełniały różne akty mowy (np. informowanie, chwalenie, obronę „twarzy”). Te zabiegi miały na celu podnoszenie prestiżu omawianych polityków, którzy dużo częściej są krytykowani niż chwaleni.

Bibliografia

- Baczewski Sławomir (2009), *Szlachectwo*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Bizior Renata, Suska Dorota, red. (2012a), *Zjawisko nobilitacji i deprecjacji w języku. Komunikacja*, Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza, Częstochowa.
- Bizior Renata, Suska Dorota, red. (2012b), *Zjawisko nobilitacji i deprecjacji w języku. Słowa i teksty*, Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza, Częstochowa.
- Bralczyk Jerzy (2003), *O języku polskiej polityki lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych*, Wydawnictwo Trio, Warszawa.
- Dobek-Ostrowska Bogusława (2004), *Media masowe i aktorzy polityczni w świetle studiów nad komunikowaniem politycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Dunaj Bogusław, red. (2001), *Słownik współczesnego języka polskiego*, Warszawa.
- Fras Janina (2005), *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Galasiński Dariusz (1992), *Chwalenie się jako perswazyjny akt mowy*, Polska Akademia Nauk, Instytut Języka Polskiego, Kraków.
- Golka Marian (2008), *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Grochala Beata (2012), *Sposoby nobilitowania i deprecjonowania zawodników i ich zachowań w komentarzach sportowych*, w: *Zjawisko nobilitacji i deprecjacji w języku. Komunikacja*, red. Renata Bizior, Dorota Suska, Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza, Częstochowa, s. 31–47.

- Grzegorzczukowa Renata (1996), *Wykłady z polskiej składni*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kamińska-Szmaj Irena (2007), *Agresja językowa w życiu publicznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Kamińska-Szmaj Irena (2001), *Słowa na wolności*, Wydawnictwo Europa, Wrocław.
- Karwat Mirosław (1998), *Sztuka manipulacji politycznej*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Karwat Mirosław (2006), *O demagogii*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa.
- Karwat Mirosław (2007), *O złośliwej dyskredytacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kita Małgorzata, Grzenia Jan, red. (2003), *Porozmawiajmy o rozmowie. Lingwistyczne aspekty dialogu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Kopecka Katarzyna (2005), *Współczesny redesign – analiza pierwszych stron „Słowa Polskiego”, „Gazety Wrocławskiej” oraz dziennika „Słowo Polskie Gazeta Wrocławska”*, w: *Kultura pierwszych stron. Nowe media – nowe w mediach*, red. Igor Borkowski, Aleksander Woźny, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 49–61.
- Ożóg Kazimierz (2004), *Język w służbie polityki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Poprawa Marcin (2009), *Telewizyjne debaty polityków jako przykład dyskursu publicznego*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, Kraków.
- Wojtak Maria (2004), *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Wojtak Maria (2005), *Konfiguracja gatunkowa charakterystyczna dla pierwszej strony gazety*, w: *Kultura pierwszych stron. Nowe media – nowe w mediach*, red. Igor Borkowski, Aleksander Woźny, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 37–47.
- Wojtak Maria (2008), *Analiza gatunków prasowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Wojtak Maria (2010), *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji, Lublin.
- Woźny Aleksander (2005), *Pierwsze strony – pośród kontrastów i metatekstów*, w: *Kultura pierwszych stron. Nowe media – nowe w mediach*, red. Igor Borkowski, Aleksander Woźny, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 25–36.
- Zawalska Magdalena (2011), *Media a brutalizacja języka polityki*, w: *Język polityków i jego patologie*, red. Krzysztof Łabędź, Księgarnia Akademicka, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej, Kraków.
- Zimny Rafał, Nowak Paweł (2009), *Słownik propagandy politycznej po roku 1989*, Wydawnictwo PWN, Warszawa.

Władysława Bryła, Agnieszka Bryła-Cruz

The ways of ennobling politicians in selected newspaper texts

The article deals with linguistic exponents of ennobling politicians in the press. The authors emphasize the coexistence of graphic elements (photos and colours) with verbal ones, i.e. lexis, grammatical categories and the following ways of argumentation: the legitimization of one's own function, assuming the pose of dominance, steering a conversation and the functioning of the aureole effect.

KEYWORDS: ennoblement; interview; the language of politics.

prof. dr hab. Władysława Bryła – Instytut Filologii Polskiej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej; zainteresowania naukowe: językoznawstwo polskie historyczne i współczesne.

dr Agnieszka Bryła-Cruz – Instytut Anglistyki Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej; zainteresowania naukowe: dydaktyka wymowy języka angielskiego jako obcego, percepcja angielszczyzny z obcym akcentem przez rodzimych użytkowników języka angielskiego, rola fonetyki w słuchaniu ze zrozumieniem.